



مركز البحوث

دليل التخطيط للاجتماع الناجح



تأليف

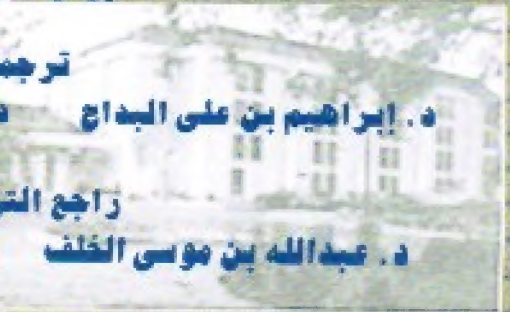
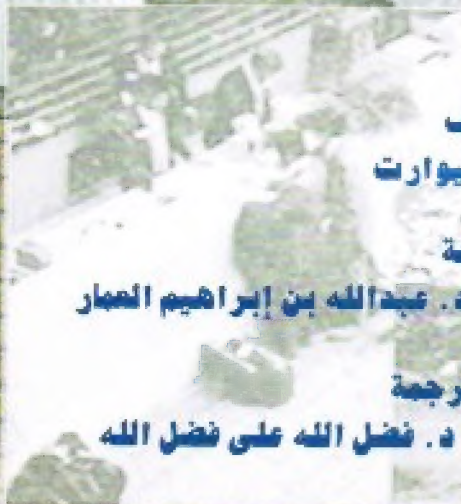
سوزان ستوارت

ترجمة

د. إبراهيم بن علي البداح د. عبدالله بن إبراهيم العمار

راجع الترجمة

د. عبدالله بن موسى الخلف د. فضل الله علي فضل الله



بسم الله الرحمن الرحيم



مركز البحوث

دليل التخطيط للاجتماع الناجح

تأليف

سوزان ستيوارت

ترجمة

د. إبراهيم بن علي اليداح د. عبدالله بن إبراهيم العمار

راجع الترجمة

د. عبدالله بن موسى الخلف د. فضل الله علي فضل الله

١٤٢٠هـ / ٢٠٠٠م

بطاقة الفهرسة

⑤ معهد الإدارة العامة ، ١٤٢٠هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

ستيوارت ، سوزان

دليل التخطيط للاجتماع الناجح / تأليف سوزان ستيوارت : ترجمة

إبراهيم بن علي البداح ، عبدالله بن إبراهيم العمار - الرياض ،

٢١٢ ص : ١٦ ، ٥ × ٢٢ سم

ردمك : ٩٩٦٠ - ١٤ - ٥٨ - x

١ - الاجتماعات - تنظيم وإدارة أ - البداح ، إبراهيم بن علي (مترجم)

ب - العمار ، عبدالله بن إبراهيم (مترجم) ج - العنوان

ديوي ٦٥٨.٤٥٦ ١٨٥٨ / ٢٠

رقم الإيداع : ١٨٥٨ / ٢٠

ردمك : ٩٩٦٠ - ١٤ - ٥٨ - x

هذه ترجمة لكتاب

**A GUIDE TO SUCCESSFUL
MEETING PLANNING**

BY :

SUZANNE STEWART WEISSINGER

Fleet Business School

Annapolis, Maryland

John Wiley & Sons, Inc .

©1992 New York, Chichester, Brisbane,
Toronto, Singapore .

المحتويات

الصفحة	الموضوع
٧	مقدمة :
١١	الفصل الأول : هل أنت مخطط اجتماعات ؟
٢٩	الفصل الثاني : من الذي يجتمع ؟
٤٥	الفصل الثالث : أهداف الاجتماعات وأنواعها
٥٩	الفصل الرابع : تخطيط برنامج الاجتماع
٨٥	الفصل الخامس : اختيار مكان الاجتماع
١٠٥	الفصل السادس : اختيار مقر الاجتماع
١٢٢	الفصل السابع : تسويق اجتماعك
١٥٥	الفصل الثامن : التجهيزات الخاصة بالاجتماع
١٧٥	الفصل التاسع : الحجز والتسجيل وخدمات المشاركين
١٩٥	الفصل العاشر : أثناء الاجتماع
٢٢٧	الفصل الحادي عشر : خدمات الطعام والمرطبات
٢٥٧	الفصل الثاني عشر : المواصلات ونشاطات وقت الفراغ
٢٨١	الفصل الثالث عشر : التقييم والمتابعة
٢٩٥	ملحق : الميزانية

مقدمة :

مهما كانت وظيفتك ، فإنك فى وقت من الأوقات ستخطط لاجتماع ربما يكون لـ :

- عشاء - عيد .
- غداء نادى من الأندية .
- اجتماع شهري لمكتبك .
- اجتماع عمل .
- حفل عشاء بمناسبة تقاعد المدير العام .
- جمع تبرعات لمنظمة خيرية .
- حلقة تدريبية إقليمية للمبيعات .
- مؤتمر سنوى يضم مئات المشاركين .

وسيساعدك هذا الكتاب على تخطيط الاجتماع . وهى مهمة كثيرة التشعب والمشاغل ، بدءاً من نشوء فكرة عقد اجتماع إلى صوت مطرقة الإقفال . ستجد معلومات وتعليمات وأمثلة ترشدك ، وقوائم تشير تساعدك على التعرف على ما يجب عمله وتذكرك بتفاصيل ربما نسيتها .

إن نطاق تخطيط الاجتماع يتصل بجميع نشاطات صناعة السفر . وسيجد المحترفون والمطالاب فى جميع المهن المرتبطة بالسياحة كالنقل والفندقة وخدمات الأكل ووكلاء السفر ، أن تعلم نشاطات تخطيط الاجتماعات يجمع أجزاء صناعة السفر فى بوتقة واحدة .

إن تخطيط الاجتماعات يشبه الجلوس أمام لعبة تحوى مئات القطع المتناثرة . وأنت تعرف ماذا يفترض أن يكون عليه شكل الصورة ، ولكن من أين تبدأ ؟ فجأة تبدو إحدى القطع وكأنها تتركب فى قطعة أخرى ثم أخرى ، وهكذا تقوم بوضع بعض القطع جانباً وأنت تعلم أنها ستركب فى النهاية فى الشكل النهائى . وليس لديك طريقة أو

شكل يقودك وأنت تؤلف بين القطع ، ويجب عليك وضع جميع القطع مع بعضها لحل اللغز .

إن تخطيط الاجتماع هو وضع قطع اللغز باهتمام قطعة تلو الأخرى ، وربط كل عملية بأخرى باحثاً عن قطعتين تناسبان بعضهما البعض ، وهو يتضمن أداء نشاطات منفصلة تصبح في النهاية جزءاً من الكل . ففي يوم قد تقوم بتوقيع عقد مع الشركة المسئولة عن توريد الأجهزة السمعية والبصرية ، ثم تقوم بإنهاء إجراءات (٥٠) طلب تسجيل ، والتفاوض حول غداء ، وهكذا فليس هناك شكل واضح المعالم ، ومع هذا فإن كل نشاط منفصل يعتمد على الكل . وسيظهر شعور عميق بالرضى عندما تترابط جميع النشاطات لتكون صورة متكاملة لاجتماع ناجح .

كيف تستخدم هذا الكتاب؟

يبدأ اختبار في الاتصال من الصفحة الأولى «اقرأ جميع الصفحة» . إن معظم الناس يتجاهلون الإرشادات ويبدأون بكل اجتهد في كتابة الإجابة لكل سؤال ، وعند وصولهم للسطر الأخير يجدون هذه التعليمات «لا تكتب في هذه الورقة» . إن تعليمات استخدام هذا الكتاب هي «قم بقراءة هذا الكتاب أولاً» : لأن التخطيط لاجتماع يشمل وحدات بناء متداخلة المهام .

ويصف الفصل الأول تخطيط الاجتماع كحرفة : ما هي أنواع المهارات والصفات الشخصية الغالبة على مخططي الاجتماعات الناجحة وعلى ما يفعله مخططو الاجتماعات؟ ويتم ذلك في جدول رئيسي كجدولة مهام التخطيط المتنوعة . أما الفصلان الثاني والثالث فيصفان لماذا يجتمع الناس ، والأنواع المختلفة للاجتماعات . ويقود الفصل الرابع مخطط أو منظم الاجتماع عبر خطوات تخطيط الاجتماع . ويجب أن يتم الاتفاق على التوقيت ونوع الجلسات والنشاطات الأخرى قبل اختيار مقر الاجتماع .

ويحدد الفصلان الخامس والسادس المعايير الهامة لاختيار أفضل المواقع والمنشآت للاجتماع . ويغطي الفصل السابع تسويق الاجتماع . كما يتم معالجة المواد التي يحتاجها الاجتماع في الفصل الثامن .

ويتطرق الفصل التاسع إلى كيفية إدارة الحجز والتسجيل . ويعالج الفصلان العاشر والحادي عشر التخطيط والنشاطات التي تتم في الموقع فيما يخص الطعام والشراب وتنظيم جلسات الاجتماع . ويناقش الفصل الثاني عشر المواصلات ونشاطات وقت الفراغ .

وفي هذا الكتاب تستخدم بعض المصطلحات بالتبادل ، فكثيراً ما يستخدم اسم تجمع (Convention) ومؤتمر (Conference) لنفس المعنى . مثال آخر للأسماء المتماثلة : فندق (Hotel) واستراحة (Motel) ونزل (Motor Inn) ، وتستخدم لفظة فندق لتعني أى نوع من الأنواع المختلفة لهذه المنشآت .

وتوضح أهداف كل فصل الأهداف التعليمية ، وتساعد تمارين الفصل على التدريب على مهارات التخطيط للاجتماعات ، وإمكانك أن تكيف تمارين الفصل لتناسب اجتماعاً حقيقياً ، أو تطبيقها على أمثلة الاجتماعات المقدمة في الفصل . ويحتوي هذا الكتاب كذلك على نماذج تقييم ونماذج تأشير .

استعد ، تهيأ ، انطلق

إن نشاط الاجتماعات نشاط مشوق ، ومع أن إدارة الاجتماع عمل شاق لكنه ذو مردود . والنتائج فيه واضحة وملموسة وقابلة للقياس ، والرضى يكون مباشراً . وبمساعدة هذا الكتاب ستتمكن من حل لغز تخطيط الاجتماع القادم بسرعة وفاعلية وبمزيد من الثقة .

فقط ركز انتباهك على التفاصيل ، وتوقع غير المتوقع ، وخطط للطوارئ ونظم ، ونظم ، ونظم ، حتى نجتمع مرة أخرى .

الفصل الأول

هل أنت مخطط اجتماعات ؟

بعد إنتهاءك هذا الفصل ستكون قادراً على :

- ١ - تحديد المهارات التي يستخدمها مخطط الاجتماع .
- ٢ - معرفة الصفات الشخصية المثالية لمخطط الاجتماع .
- ٣ - فهم نطاق المهام التي يشملها تخطيط الاجتماعات .

مطلوب : شخص منظم جداً ، يهتم بالتفاصيل ، ولديه القدرة على العمل مع وإدارة الآخرين . يجب أن يكون لديه تدريب أو خبرة في السلوك الاجتماعي ، والإعلان ، والطباعة ، والميزانية ، وترتيب السفر ، والمسرح ، والهندسة الكهربائية ، والقانون . وفنون الضحك ، والحاسبات الآلية . والمرشح المثالي هو الشخص الذي لديه دافع قوي جداً للعمل ، ويستطيع العمل تحت ضغوط كبيرة جداً ، ولا يمانع في العمل ١٤ ساعة يومياً .

من هو هذا الشخص الموهوب الذي يطلبه الإعلان؟ ربما كان أنت ، إذا كنت مسئولاً عن اجتماع ، إن مخططي الاجتماعات يتون من مجالات مختلفة : اجتماعية وأكاديمية ، وخبرائية ، ومهنيات إدارية ، ومن مستويات دخل مختلفة ، ويبدون عبارات مختلفة ، وقدرات متعددة .

وربما كان مخطط الاجتماع رئيس برنامج لجمعية اجتماعية . وفي أغلب الأحيان يكون نائب رئيس النادي هو رئيس البرنامج وهو المسئول عن توفير الحاضرين . واختيار الموقع وقائمة الطعام ، وتسجيل المشاركين خلال اجتماع النادي الأسبوعي أو الشهري أو السنوي .

وربما أصبح مخطط الاجتماع هو الشخص الذي يتحدث قائلاً : «لماذا لا نعقد اجتماعنا التالي في العام القادم في بلدتي سيتيفيل ؟ إنها بديعة . أو ربما أصبح مخطط الاجتماع هو السكرتير الذي يمر به المدير وية ول له : أحتاج للاجتماع مع الموزعين في المنطقة الأسبوع القادم . فاتصل بهم ، وابحث لنا عن فندق . واحجز لنا غرفة اجتماعات ، وأعمل الحجوزات ... أنت تعرف ، قرب الأمور .

كثيراً ما تخط الإدارة بين تخطيط السفريات وتخطيط الاجتماعات ، فتقوم بإستئار مهام تخطيط الاجتماعات إلى مكتب سفريات الشركة ، فبدلاً من تخصيص طلبات السفر ودفع المبالغ المطلوبة يجد موظفو السفريات أنفسهم مسئولين عن تصميم الاجتماعات ، وعلى نفس النوال فإن وكيل السفر الذي يتولى السفريات الشخصية والرسمية ربما يطلب منه ترتيب اجتماع .

ويعتبر تخطيط الاجتماعات هذه الأيام مهنة قائمة بذاتها ، فهناك أكثر من ٢٠٠.٠٠٠ مخطط اجتماعات منفردين وغير منفردين في الولايات المتحدة ، وفي بعض الأحيان قد تشمل مهام مخطط الاجتماعات الدعاية والإعلان ، والعلاقات العامة ، والمبيعات ، ولقد أصبح تخطيط الاجتماعات الآن مهنة قائمة بذاتها ولم يعد مهمة مكملة يقوم بها شخص بجانب عمله الأساسي ، فالكثير من الجمعيات أو الشركات لديها الآن مخطوطو اجتماعات ضمن موظفيها . وربما وضعت منظمة تعقد عدداً من المؤتمرات سنوياً مخطط أو مدير اجتماعات يقوم بتخطيط وتنفيذ الاجتماعات ، كما أن هناك مخططي اجتماعات مستقلين يعملون بشكل استشاري بالتخطيط لاجتماعات عدة منظمات مختلفة .

إن الصفة الحرفية التي أعطيت لمخططي الاجتماعات ترجع إلى تأسيس عدة منظمات ، فقد تأسست منظمة منظمي الاجتماعات العالمية في عام ١٩٧٢م وهي تنظم برامج تدريب وتبادل معلومات ، أما مجلس تنسيق المؤتمرات فقد وضع اختباراً لتأهيل إخصائسي الاجتماعات يمنح الذين يجتازونه بنجاح قيمة حرفية ، كما قامت جمعية إدارة الاجتماعات المحترفة بتصميم منهاج نموذجي للكليات والمعاهد التي تقدم دروساً في إدارة الاجتماعات وتعمل كجهاز تصديق جودة (accrediting) لتلك البرامج .

وهناك العديد من الجمعيات الخاصة بمنظمي الاجتماعات والمعارض مثل : جمعية مخططي الاجتماعات المستقلين ، ومؤسسة الاجتماعات الدولية ، وجمعية المعارضين الدوليين ، والجمعية الوطنية لتدريب مديري المبيعات ، وجمعية منظمي اجتماعات الشركة ، وهي جميعاً أمثلة للشركات العديدة العاملة في هذا المجال .

إن الاعتراف بتنظيم الاجتماعات كحرفة أخذ في النمو : وذلك لأن تعقيد تقنيات اليوم وارتفاع مستوى الوعي حول السلوك الإنساني يجعل تنظيم الاجتماعات أكثر تعقيداً ، وقد بدأ الناس يعترفون بأن تخطيط الاجتماعات مهارة وفن ويحتاج إلى التدريب والممارسة والتطبيق .

ماذا يشمل مخطط الاجتماعات ؟

أعد قراءة الإعلان (إعلان طلب موظف) في بداية هذا الفصل . إن الشخص

المطلوب يجب أن تكون لديه كثير من المهارات وقدر أكبر من الخبرة ، وتطلب المهام التي تدخل في تخطيط الاجتماعات معرفة شخصية ، بينما تتطلب مهام أخرى معرفة متكاملة عن المصادر المتوفرة . ويلخص النص التالي بعضاً من هذه المهام .

ربما تعاون مخطط الاجتماع مع الإدارة العليا للتخطيط لمحتوى أحد البرامج ، وهنا يحتاج المخطط إلى فهم الموضوع المراد تقديمه في الاجتماع . على سبيل المثال قد لا يستطيع مختص يحمل درجة علمية في إدارة الأعمال ، المساعدة في تخطيط مادة برنامج اجتماع حول أسس البحث في مجال الجهاز التنفسي ، وفي حالة كهذه ربما ينحصر دور مخطط الاجتماع في العمل فيما يخص الترتيبات الخاصة بالاجتماع فقط . ومهما يكن موضوع الاجتماع ، فإن باستطاعة المخطط الوصول لنفس الغاية عن طريق توجيه أسئلة وقيادة منتظمي الاجتماع لتحقيق الأهداف والتوجيهات والمقاصد من الاجتماع .

ويحتاج مخطط الاجتماع كذلك إلى فهم السلوك الإنساني . وربما يقدم التصح حول توقيت وسير الاجتماع بناءً على معرفته بمتوسط فترة التركيز الذهني والأوقات التي يحتاج فيها إلى استراحات .

كما يقوم مخطط الاجتماع كذلك ببحث عدة أمور . منها تاريخ الاجتماع ؛ ولحات (ملاحظات) عن المشاركين ، وفي حالة عدم توفر هذه المعلومات فإن على المخطط التصرف كمختص لجمع هذه المعلومات ، ويجب عليه كذلك التحقق من مواقع وأماكن عقد الاجتماعات ، كما تدعو الحاجة كذلك إلى إلمامه بالجغرافيا وبالفندقية .

وللميزانية دور كبير في تخطيط الاجتماعات ، فمخطط المصروفات في حدود معينة يستدعي رقابة متواصلة ، كما أن التعرف على التكاليف ، ونلقي العروض ، وعمل بيانات التسوية تعتبر مهام شاقة ، ومع هذا فهي حيوية . ويقوم مخطط الاجتماعات بتحديد أسعار التسجيل وربما طلب التبرعات أو تأمين تمويل لنحمل تكلفة الاجتماع . كما يقوم بحصر وإعادة حصر أعداد الحضور ، والغرف التي حجزت ، والوجبات التي يلزم توفيرها .

ويتم التفاوض على العقود مع أي عدد من المنظمات عند الترتيب للاجتماع ، ويتطلب هذا الكثير من الانتباه من جانب المخطط . وتتميز عقود مكان الاجتماع بأنها

شديدة الدقة والتفاصيل ، كما أن الشركات المتخصصة في المواصلات والنواقل السمعية والبصرية والتقنيات والتغذية والعروض ، هي بعض الجهات المشاركة في عقد الاجتماع ، والتي تحتاج إلى عقد اتفاقيات مكتوبة لتأمين خدمات للاجتماع .

وللمخططين كذلك دور في تسويق اجتماعاتهم ، ويحتاجون إلى أن يعرفوا عن الإعلان والتسويق والعلاقات العامة ، ويجب أن يقاس الحماس والشد النفسي (Appeal) للاجتماع لتسويقه بشكل فعال ، كما يلزم شجيع المواد المطبوعة لأغراض التسويق والدعاية والتوزيع خلال الاجتماع ، ولهذا فالمخطط يحتاج إلى معرفة تفاصيل الطباعة ،

إن التهيئة للاجتماع هي مهنة أساسية للمخطط . فتنظيم جلوس الحضور ، ووضع الطاولة الرئيسية ، وإعداد التجهيزات السمعية والبصرية ، والترفيه والديكور ، يجب تهيئتها ، بالإضافة إلى إدارة ما يعرض أثناء الاجتماع ، وتدريب العاملين ، وتنظيم المواد في مكان عقد الاجتماع . من هذا كله يتبين لنا أن مهارات الإدارة وإدارة الأفراد من المهارات الأساسية اللازمة لمخطط الاجتماعات .

وبالرغم من أن الحاسبات الآلية أصبحت توفر جهداً كبيراً ، إلا أن متابعة الحجوزات والتسجيل هي في النهاية من مسئوليات مخطط الاجتماع ، الذي يجب أن تكون لديه معرفة ببرامج الحاسب الخاصة بإدارة المحفوظات وتطبيقاتها .

وفي العديد من الاجتماعات يعمل مخطط الاجتماعات كمسئول سفريات أو كمرشد جولات وزيارات ، وربما اضطر المخطط لتنظيم سفريات الحاضرين أو المشاركين ، أو ربما شملت مهامه كذلك تنظيم النشاطات الخارجة عن جدول الاجتماع ، والترفيه والتسلية .

وفيما يلي قائمة تحوى (٢٠) مهمة ربما يطلب من مخطط الاجتماع القيام بها ، وقد يتطلب بعض الاجتماعات جميع هذه المهام بينما يتطلب البعض الآخر القليل منها ، وكخطوة أولى في التخطيط لأي اجتماع ، حدد أيًا من هذه المهام مطلوب منك القيام بها :

قائمة تأشير بمهام تخطيط الاجتماعات :

١ - حدد أهداف ومرامي وغايات الاجتماع .

٢ - ضع تصوراً عن المشارك العادى .

- ٢ - قدم النصيح حول أو قم بوضع محتويات البرنامج .
 - ٤ - صغ الميزانية .
 - ٥ - حدد مكان الاجتماع .
 - ٦ - اختر التسهيلات الخاصة بالاجتماع .
 - ٧ - نسق ترتيبات الاجتماع مع مدير خدمات الاجتماعات .
 - ٨ - خطط وقم بإدارة التغذية والمشروبات .
 - ٩ . رتب المواصلات .
 - ١٠ - نظم الترفيه والتسلية .
 - ١١ - خطط برامج المرافقين .
 - ١٢ . رتب المعارض .
 - ١٢ - قاوض في العقود .
 - ١٤ - حدد تكاليف التسجيل .
 - ١٥ - جهز المطبوعات .
 - ١٦ - رتب التسويق والإعلان .
 - ١٧ - رتب العجز والسجيل .
 - ١٨ - رتب القاعات وغرف الاغراض المتعددة .
 - ١٩ - رتب تدريب العاملين .
 - ٢٠ - قم بتقويم الاجتماع .
- لكل اجتماع مسيرته وجيولته الخاصة به ، وربما كان مخطط الاجتماعات متواجداً عندما نوقشت فكرة الاجتماع للمرة الأولى ، أو ربما مكث ثلاثة أشهر قبل الاجتماع الذي نظم بصورة ما .

ويتسارع التخطيط للاجتماع كلما قرب الموعد ، ومن الصعب وصف النشاطات المحموعة التي تحدث قبل أسبوعين من موعد الاجتماع . وغالباً ما يمضي مخطط الاجتماع معظم الوقت على الهاتف للتعرف على الصعوبات وحل المشكلات . ويتغير يوم العمل من ٨ ساعات ليصبح ١٢ ساعة ، ولا مفر لمنظم الاجتماع من الاستيقاظ في منتصف الليل لكتابة بعض الإضافات لقائمة الأشياء التي يحتاج أن يذكرها .

ويبين جدول تخطيط الاجتماع (الشكل ١-١) نشاط تخطيط الاجتماع ، كما يتضح من الجدول درجة تعقيد عمل مخطط الاجتماعات . ويمثل الجدول قائمة تأثير أساسية لاجتماع وطني كبير ، كما تتطلب العديد من النشاطات قوائم تأثير خاصة بها ، وهي متوفرة في هذا الكتاب .

ويعمل مخطط الاجتماعات كمسئول اتصال ومدير لكل نشاط من النشاطات الموضحة ، ويدون مهارات اتصال ومهارات إدارية فإن الفشل مضمون في أغلب الأحوال .

من يمكن أن يكون مخطط اجتماعات جيداً ؟

شخصي : نبحث عن شخص اجتماعي ومحبوب ذي مقدرة على الاتصال معي . ويجب أن يكون منظمًا ولديه روح الدعابة والمرح والمرونة والكثير من الطاقة ، كما يجب أن تكون لديه معرفة بالمتكولات الجيدة والشرفية ، ولديه الاستعداد للسهر حتى وقت متأخر .

في إعلانات طلب الوظائف الشخصية ، يبحث الناس دومًا عن المرافق الأمثل ، ومخطط الاجتماعات يلزمه كذلك أن يمتلك العديد من هذه الصفات المثلى .

يجب أن تكون لدى مخطط الاجتماعات مهارات الاتصال الجيد . ويقوم بعض مخططي الاجتماعات بالعمل قريباً من الإدارة العليا ، وقد يتطلب الأمر منهم التحدث مع المديرين التنفيذيين وتحديد سياسات ومواقف الإدارة ، كما أن مخطط الاجتماعات يلزمه كذلك أن يكون قادراً على الاتصال بالكهربائيين وعمال النظافة .

ويجب أن يكون مخطّط الاجتماعات اجتماعيين ، وأن يكونوا ووديين، ويلزمهم في نفس الوقت أن يكونوا لبقين ومؤدبين .

الشكل (١-١) : جدول تخطيط الاجتماع

نشاطات التخطيط للاجتماع :

الزمن : قبل الاجتماع .

- من ٢ : ٥ سفوات :

- ❑ حدد الأهداف .
- ❑ حدد زمن الاجتماع والموعد المفضل .
- ❑ قدر عدد الحاضرين .
- ❑ ضع تصوراً عن المشاركين .
- ❑ حدد المكان .
- ❑ اختر ورقع العقد مع أصحاب مكان الاجتماع .
- ❑ حدد ميزانية تقديرية وحدد رسم التسجيل .
- ❑ اتصل بمصادر التبريل .
- ❑ رتب طباعة المستلزمات الزوقية للاجتماع .

- ١٢ شهراً :

- ❑ ضع جدول الاجتماع (المواضيع ، المقربين ، الوقت) .
- ❑ ادع المشاركين والتشخيصات المرموقة .
- ❑ حدد رؤساء الجلسات والمراقبين .
- ❑ تعاقد مع المتحدثين الذين سيقع لهم مكافأة.
- ❑ اعمل قراشم التاشير .

- تعاقد مع شركة الطيران الرسمية للمؤتمر ، ووكيل السفر ، وشركة تأجير السيارات .
- صمم مواد التسويق (بما فيها البرنامج المبدئي) .
- قم ببيع مساحات العرض .
- قم ببيع مساحات إعلانات البرنامج .
- اتصل بالممولين أو المضيفين المحتملين .
- تعاقد بشكل مبدئي مع شركات الأجهزة السمعية والبصرية ، وخدمات المواهب والترفيه والتسليّة ، ومتعهدي المولات التعريفية السياحية .
- تأكد من مساهمة مكتب المؤتمرات والزوار .
- أكمل إعداد الميزانية .

١٠ أشهر :

- خفّض المعرض ، والدعاية ، و مبيعات التمول .
- اطلب الهدايا التي ستوزع .
- احصل على قوائم العناوين البريدية .
- اشتر المساحة الإعلانية في الوسائل المتخصصة (جنول ذلك خلال فترة من ٢ - ٦ اشهر قبل الاجتماع) .
- حدد سياسات الدفع المؤجل والدفع الفوري مع اصحاب المكان .

٦ أشهر :

- حدد سياسات التسجيل وإجراءاته .
- اعمل قاعدة بيانات التسجيل .
- اكمل بشكل نهائي الأعمال الفنية الخاصة بالتسويق .
- احصل على عروض من أصحاب المطابع .
- صمم وارسل الأعمال الفنية الإعلانية .

- رود وسائل الإعلام الراغبة بأخبار الاجتماع .
- أيرم عقوداً مع المواصلات ، ومع مؤمنى الوسائل السمعية والبصرية ، ومع منظمي الزيارات السياحية (التعرفية) والترفيه ، ومع مختصي الديكور والمعاقدن الخارجيين الأخرى .

٤ أشهر :

- احصل على أوراق الإعلان من الفندق ومكتب المؤتمرات المزور وشركة خطوط الطيران ومكتب السفريات وشركة تأجير السيارات .
- أعد التأكيد على مكتب المؤتمرات والسياح فيما إذا كانوا سيوفرون أفراداً للعمل في الاجتماع .
- أرسل بالبريد مواد التسويق .
- اشتر حوامل بطاقات الأسماء .
- صمم واطبع بطاقات الأسماء التعريفية .
- حدد إجراءات تعبئة بطاقات الأسماء .
- أرسل اتفاقات نشر وقائع المؤتمر ونماذج طلب المواصلات إلى مؤمنى الأجهزة السمعية والبصرية والمقدمين .
- احصل على الأعمال الفنية من المعلنين في البرنامج .
- رتب مع المطاعم المجاورة إذا كان ضمن الجول تناول وجبات .
- تحالف مع مؤخر الأغذية .
- تعاقد مع مصور .

٢ أشهر :

- ابدأ بإجراءات التسجيل ، وإرسال التأكيدات وسندات القبض ، وتحضير بطاقات الأسماء بشكل منظم .
- ابدأ التسويق الهاتفي (Telemarketing) .
- صمم واطلب مطبوعات الاجتماع ، كاللوحات والتذاكر والملفات والنماذج الأخرى .
- اعمل حجوزات سفر المقدمين وأرسل التأكيدات لهم .

- ❑ حدد مرافقي الشخصيات المهمة .
- ❑ اختر قوائم الطعام .
- ❑ أرسل قوائم المهام للفندق .
- ❑ أكد جميع العقود .
- ❑ اشتر الزينات اللازمة .
- ❑ أرسل للتعهد توفير المواد السمعية والبصرية احتياجات المقدمين .
- ❑ ابدأ التأكد من الفندق وشركة الطيران ومكتب السفريات عن عدد الحجوزات المؤكدة التي استلمها كل منهم .

- شهران :

- ❑ أكمل عقود المواصلات وعقود الجولات السياحية .
- ❑ أعد تأكيد حضور المتحدثين والمقدمين وأرسل نماذج تعويضهم عن مصاريف السفر .
- ❑ هبم وأرسل اليرتامع النهائي للمطبعة .
- ❑ اشتر أو اطلب الهدايا والجوائز والبروق للمقدمين والشخصيات المهمة .
- ❑ زود المسئولين عن الترتيبات في مكان الاجتماع بترتيبات مواصلات الشخصيات المهمة .
- ❑ حدد المتطلبات الواجب توفرها في العاملين في التسجيل (تسجيل المشاركين) .
- ❑ جدول قوائم الموظفين وعين العاملين وحدد الأجور التي ستدفع لهم .
- ❑ اعمل ترتيبات سفريات العاملين .
- ❑ راجع أعداد المسجلين وقم بتعديل العقود .

- شهر واحد :

- ❑ اجرد وافحص وأعد فحص مطبوعات .
- ❑ اختر ترتيبات إرسال مواد الاجتماع وأبدأ بإرسالها إذا كان قد تم وضع الترتيبات مع الفندق .

- داوم على الاتصال مع الفندق .
- ارسل للمقدمين تذاكر مواسلاتهم .
- اتصل وبتعاقد مع محل الزهور .
- اكمل واضع قوائم الحاضرين والغاضبين .
- أعد تأكيد جميع العقود .
- راجع جميع عتلاء التسجيل .
- ارسل الاخبار إلى وسائل الإعلام .

- أسبوع واحد :

- أعط المسئولين عن المواصلات الجدول النهائي .
- هيئ الاحتياجات المكتبية .
- درّب العاملين .
- لحصل على النقد من البنك .
- هيئ دقائر الشيكات .
- تأكد من موعد وصول مواد الاجتماع .
- قدم معلومات للفندق عن النوطات الإرشادية للاجتماع .

- يوم واحد :

- اجتمع مع مدير خدمات الاجتماعات وجميع العاملين في الفندق .
- أعد تأكيد عدم الوجبات والمشروبات .
- اجد المواد .
- درّب العاملين في مكان عملهم .

- ❑ افتح طاولة التسجيل .
- ❑ ضع اللوحات الإرشادية وغرنبات الزهور .
- ❑ قابل مرافقي الشخصيات الهامة .
- ❑ رتب غرفة الضيافة .
- ❑ احصل على مفاتيح غرف الشخصيات المهمة ، ووزع الهدايا .
- ❑ افتح صندوقاً للأمانات .
- ❑ اعمل تدريبات مراجعة (بروفات) حسب الحاجة .

- قبل كل فترة عمل :

- ❑ مارن ترميمات الغرفة بما هو موجود في قائمة المهام .
- ❑ جرب مكبرات الصوت وأجهزة الوسائل السمعية والبصرية .
- ❑ ضع الأوراق التي ستوزع ، وبطاقات الأسماء ، والتقييمات والمواد الأخرى .

- بعد الاجتماع :

- ❑ وافق ووقع على فوائير المكان .
- ❑ أعط المكافآت الشخصية .
- ❑ أرسل المواد .
- ❑ ادفع الفوائير .
- ❑ اصرف تعويضات عن تكاليف السفريات .
- ❑ أدخل أسماء الذين سجلوا حضورياً وشاركوا في الاجتماع في قاعدة البيانات .
- ❑ أكمل كشف الدخل / المصروفات .
- ❑ اجمع تقييمات المشاركين .
- ❑ اكتب تقييم المخطط بالتفصيل

في خلال فترة التخطيط للاجتماع يحتاج المخطط إلى الاتصال بالعديد من الغرباء ، وهنا تبرز الحاجة إلى لسة من المرح والدعابة وبشيء من الصبر والتحمل .

ويحتاج مخططو الاجتماعات كذلك أن يكونوا منظمين ، وأن يستطيعوا تنفيذ المهام خطوة بخطوة ، إن استخدام القوائم يمكن العاملين في تخطيط الاجتماعات من العمل بصورة جيدة ، كما أن الاهتمام بالتفاصيل ضروري ، ويلزم مخططي الاجتماعات كذلك أن يروا الصورة الكلية .

أخيراً فإن مخطط الاجتماع يحتاج إلى أن يعيش التحدي وأن تكون لديه رغبة للتميز ، فالعمل المتواضع غير مقبول في تخطيط الاجتماعات .

ولا داعي للقول إن الأعصاب الغولاذية والطاقة العالية هي متطلبات أساسية . ويبقى لمخططي الاجتماعات أن يظهروا هادئين وسط الشدائد والقوضى ، وأن يطبقوا حلولاً آتية للمشكلات . كما يجب أن يكون لديهم الحيوية والتحمل للعمل لمدة (١٢) ساعة يومياً .

وهناك جانب آخر من تخطيط الاجتماعات لا يظهره الإعلان عن طلب موظف أو الإعلان الشخصي ، وذلك هو الضغط المتواصل ، والاستيقاظ في الليل لكتابة بعض الملاحظات ، والشعور المتواصل بأنك قد نسيت شيئاً ، وإظهار الهدوء عندما يكون ضغط دمك (١١٠/٩٠) ، والابتسام وتبقيق بغتر ملاحظتك للتأكد حتى آخر لحظة .

وهناك ليالٍ للوحدة في فنادق غريبة ستشعر فيها بضيقة الفراغ عند التفاوض لإبرام العقود . ولكن إذا كنت تحب التحدي ، وتستمتع بالتفاعل مع الناس ، وتطمح للتغيير ، فعندها يمكن أن تصبح مخطط اجتماعات ناجحاً . فتخطيط الاجتماعات عمل يناسب الأشخاص الذين يجتهدون للبروز والاحترام والتقدير .

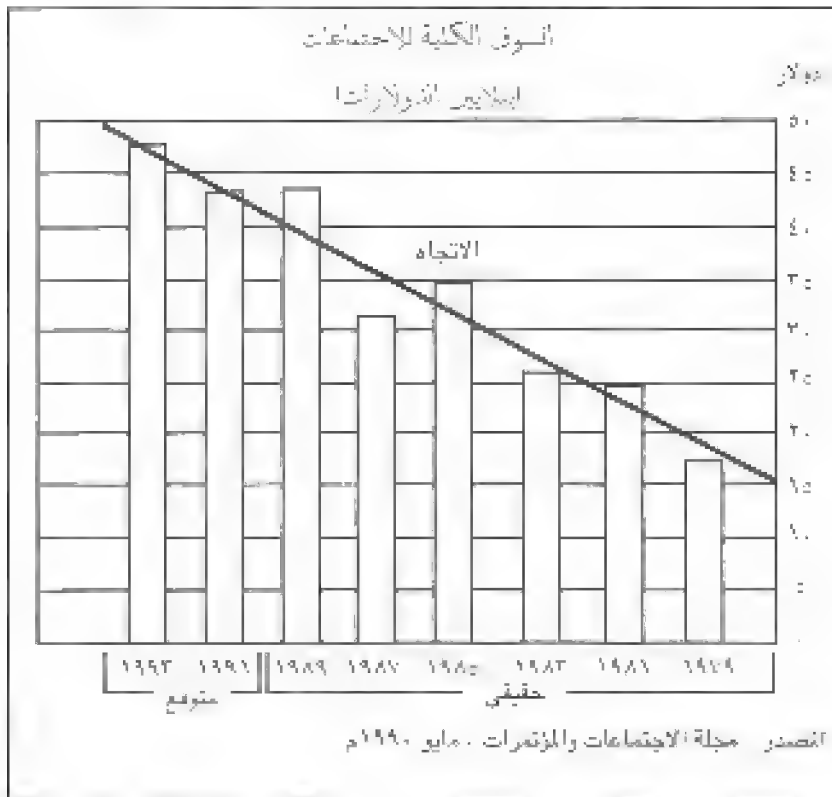
لماذا تعطى الاجتماعات بالأهمية ؟

للاجتماعات أثر اقتصادي كبير جداً . ففي الولايات المتحدة يعقد كل سنة ما يقارب المليون اجتماع ، يشارك فيها ما يزيد على (٩٠) مليون مشارك ، وتبلغ مصاريفها ما يزيد عن ٤٣٧ بليون دولار (انظر الشكل ١-٢) . وفي المتوسط فإن المشارك في اجتماع

مدته ثلاثة أيام يصرف في مكان الاجتماع (٧٦٩) دولاراً ، وتساهم هذه المصروفات في دعم الاقتصاد المحلي وكذلك في توفير فرص وظيفية . فإذا صرفت مبلغ (١٠٠) دولار للفندق ، فإن جزءاً منها يدفع لموظف الاستقبال . وذلك الموظف يشتري بها مواد غذائية من البقال ، والبقال يدفع منها الإيجار ، ومالك العقار الذي يستأجر منه البقال يشتري منها بنظراً ، ولذلك فإن المائة دولار تضاعفت واستخدمت مرات عديدة . ويوضح الشكل (٢-١) قطاعات الاقتصاد التي تنتفع من نفقات الاجتماعات .

الشكل (٢-١)

الاجتماعات والمؤتمرات بالأرقام



ويوجد في معظم المدن مكاتب للمؤتمرات والزوار تقوم بتشجيع المنظمات على عقد اجتماعات في مدنها. لماذا ؟ لأن المشارك في الاجتماع ينظر إليه من قبل مكتب المؤتمرات والزوار كضيف مرغوب . والكثير من الأشخاص الذين يحضرون الاجتماعات لهم مخصص مادي رسمي لدفع تكاليف المشاركة في الاجتماع ، ولهذا فهم يتفقون أكثر من السائح العادي .

ومكاتب المؤتمرات والزوار هي مكاتب لا تهدف إلى الربح ، وتعمل على أساس العضوية ، حيث تضم في عضويتها كثيراً من الشركات التي ترتبط أعمالها بالسفر والنقل ، والفندقة ، والخدمات الغذائية ، والأماكن التي تجذب الزوار . وتدفع هذه الشركات اشتراكات تصرف في مجالات : الإعلان ، ومواد التسويق ، والمبيعات ، وخدمات الزوار . وفي بعض الأحيان تخدم مكاتب المؤتمرات والزوار مدينة واحدة .

الشكل (٣-١) : تكلفة اجتماعات المجموعات

تقديرات تكلفة الاجتماعات عام ١٩٨١ ايللين أندولارات

المجموع	المؤتمرات الرئيسية	اجتماعات الجمعيات	مصاريف الشركات	
٢٤.٩	٨.٦	٨.٤	٧.٩	القنادق والأكل ومشابه (٢٧٪)
١٠.٦	٢.٦	٢.٥	٢.٤	المواصلات الجوية (٢٩٪)
٣.٥	١.٢	١.٢	١.١	المتحدثون والترفيه والخدمات السعفة والبصرة (٨٪)
٢.٢	١.٧	١.٨	٠.٧	المواصلات الأرضية (٥٪)
٢.٦	١.٩	١.٩	٠.٨	أخرى (٦٪)
٤٢.٧	١٥.٠	١٤.٨	١٣.٩	المجموع

المصدر : مجلة الاجتماعات والمؤتمرات ، مايو - ١٩٩٠ م .

وفي أحيان أخرى تكون خاصة بالتسويق والتعريف بمزايا إقامة اجتماع في منظمة أو مقاطعة، وغالباً يكون هناك تمويل لهذه المكاتب إما من المدينة أو من المقاطعة .

وتوفر مكاتب المؤتمرات والزوار ضرف الاتصال الأول عند البحث عن مكان لعقد اجتماع . وبإمكانهم تعريف مخطط الاجتماع بالاماكن التي تناسب عقد الاجتماع . ويمكن في أحيان كثيرة أن تعمل هذه المكاتب على استضافة اجتماعات تعقد في أماكن عديدة ، وربما كان باستطاعتها توفير بعض المواد كبطاقات الأسماء أو حافظات الأداة بسعر التكلفة . وبالتأكيد فإن بإمكان هذه المكاتب توفير حلفات بالمعلومات السياحية .

كما يمكن أن تساعد المكاتب السياحية في الولايات على التفاوض مع منظمات كبيرة راقية لعقد اجتماعاتها في مكان مناسب في الولاية . أما على المستوى القومي (الولايات المتحدة الأمريكية) فإن إدارة السفر والسياحة للولايات المتحدة الأمريكية (USTTA) تعمل لاجتذاب الاجتماعات العالمية إليها . وهي تطلب كذلك من الجمعيات المختلفة دعوة نظرائها الأجانب لحضور اجتماعات في الولايات المتحدة .

وهناك منظمات تسمى منظمات للتسويق عن بعد (DESTINATION MARKETING ORG) تقوم بتشجيع عقد الاجتماعات في مناطقها لما في ذلك من فوائد اقتصادية .

وتعد الاجتماعات كذلك وسيلة تعليمية وتحفيزية مهمة . فهي توفر تدريباً حرفياً يرفع ويحسن من الإنتاجية ، كما تستخدم بشكل فعال لتشجيع المجموعات للسعي نحو تحقيق الأهداف ، وتوفر الاجتماعات كذلك الفرصة للاتصال ، ولقد قال (ويليامز ماتيرز) : «إن العقل الناضج يجب أن يتكلم ولا أصبح كئيباً» .

نشاطات الفصل :

- ١ - قيم مهارتك : هل بإمكانك توفير متطلبات إعلان الوظائف في بداية هذا الفصل ؟
- ٢ - قيم شخصيتك : هل بإمكانك توفير متطلبات الإعلان الشخصي في هذا الفصل ؟
- ٣ - اكتب رسالة إلى صاحب عمل محتمل يطلب مخطط اجتماعات موضحاً له كيف أنك مؤهل (للوظيفه) .
- ٤ - أعط تقييماً لكل مهمة من المهام الموجودة في قائمة التأشير الخاصة بالتخطيط للاجتماعات باستخدام ميزان تقييم من (١ - ٥) عن مدى ثقتك في القيام بها بكفاءة . فدرجة «٥» تعني أن لديك كامل الثقة ، بينما درجة «١» تعني أنك تشعر بأنك لم تطور بعد المهارات اللازمة لتلك المهمة .

الفصل الثاني

من الذي يجتمع ؟

عندما تنتهي من هذا الفصل ستتمكن من :

- ١ - تصنيف الأنواع المختلفة للاجتماعات .
- ٢ - شرح أبرز سمات أعضاء المنظمات .
- ٣ - عمل لمحة تعريفية عن مشارك .

من الذي يعقد اجتماعات ؟ من يذهب لاجتماعات ؟ بإمكان صديقين أن يجتمعا ليناقتسا رحلتهما المقبلة ، أو بإمكان ٢٠.٠٠٠ شخص أن يجتمعوا لينتخبوا مرشحاً رئاسياً .

وتعقد الاجتماعات أساساً للمنظمات بواسطة المنظمات ، وهي مجموعة من الأشخاص الذي يتحدون لتحقيق هدف مشترك ، وعادة ما يجتمع أعضاء المنظمة لتبادل المشاعر والأهداف والتطلعات والمعلومات . أما لماذا يجتمعون ؟ فإنهم عادة يجتمعون للعمل أو للمتعة .

ويمثل التعرف على نوع المنظمة ونطاقها الجغرافي الخطوة الأولى لتخطيط الاجتماعات . وتبني كثير من القرارات وتفاصيل التنظيم على هذه الحقائق .

تنقسم المنظمات إلى فئتين عامتين هما : الجمعيات والأعمال ، والجمعيات عبارة عن منظمات من الأشخاص الذين يرتبطون برابطة مهنية أو اهتمامات شخصية ، أما الأعمال فهي شركات . ويشكل الأشخاص العاملون فيهما المنظمة . وللجمعيات والشركات احتياجات من الاجتماعات مختلفة ، وسيتم الطرق إلى ذلك لاحقاً .

الجمعيات :

ويمكن تقسيم الجمعيات بناءً على أهدافها وأغراضها . وتحتوي موسوعة الجمعيات على أكثر من ١٩.٠٠٠ جمعية . معظمها تعقد اجتماعات سنوية .

- **الجمعيات الحرفية :** وتتكون من أشخاص تجمعهم مهنة أو حرفة ، وربما بلغ عدد أعضاء الجمعيات الحرفية عشرات الآلاف من الأعضاء . وربما كان عددهم أقل من (١٠٠) حسب عدد الأشخاص في ذلك المجال . ويرمز مصطلح حرفة إلى دراسات متقدمة أو تدريب متخصص . وتنشأ الجمعيات الحرفية لأشخاص في وظائف مثل الطب والهندسة والتعليم والفنون . وتطول القائمة لو أردنا تعداد الوظائف التي لها جمعيات حرفية . ومن الأمثلة على الجمعيات الحرفية : جمعية الطب الأمريكية ، والجمعية الوطنية للتعليم ، وجمعية طب الأسنان الأمريكية .

وتتشكل الجمعيات الحرفية بشكل عام للمشاركة في المعرفة . وغالباً ما تكون هناك

معايير وشروط صارمة للعضوية . وتقوم تلك الجمعيات بضبط حرفة معينة عن طريق وضع معايير للأداء والأخلاقيات الحرفة . وتنشأ بعض الجمعيات فقط لتكون هيئات تمنح شهادات الاعتراف . وجمعية الكليات والمدارس المستقلة هى مثال على ذلك . فهى تمنح الاعتراف للمدارس . ويعقد أعضاؤها اجتماعات سنوية .

وربما يكون للجمعيات الحرفية مستويات محلية وعلى مستوى الولاية وعلى المستوى الوطنى وربما على المستوى العالمى . وربما كان لها فروع (Chapters) . أو مجموعات محلية تجتمع دورياً أو كلما دعت الحاجة . وربما كان اجتماعهم فى منزل أحد الأعضاء أو ربما كان فى حفل غداء وعشاء منظم .

وعادة ما تكون اجتماعات الجمعيات الحرفية على مستوى البلد سنوية . وتركز هذه الاجتماعات على التدريب والتليم وتحديث المهارات . وقد يعقد أصحاب التخصصات الفرعية اجتماعاتهم تحت مظلة الجمعيات الكبيرة ، فعلى سبيل المثال فإن المتخصصين فى الأنف والأذن والحنجرة ربما اجتمعوا ضمن الاجتماعات السنوية للجمعية الطبية الأمريكية .

- **جمعيات الصناعات العمالية :** وهى تماثل الجمعيات الحرفية فى كونها مجموعة من الأشخاص الذين يعملون فى نفس العمل أو المجال الوظيفى . وقد يكون الأعضاء مزارعين أو كهربائيين أو سباكين . وتضع جمعيات الاتحادات العمالية معايير الأداء فى مجال عملهم ، كما يعملون على تنمية وعى الناس حول أعمالهم . وتتضمن تحت هذه الجمعيات الاتحادات العمالية مثل الـ (AFL-CIO) . وتعقد هذه الجمعيات اجتماعات لتبادل المعلومات وإدارة أعمالها .

وعادة ما تعقد هذه الاجتماعات بشكل سنوى ، وتشارك الفروع المحلية لهذه الجمعيات بنشاط . وهناك نقابة منظمى المداخن الوطنية (النقابة هى لقب يطلق على جمعيات الصناعات) . وهناك اتحاد معبى المشروبات المرطبة (المرطبات) . كما أن هناك العديد من الجمعيات المهنية .

- **المنظمات الاجتماعية :** وهى عادة ما تهتم بالخدمة . فتقوم بالتبرع بالوقت والمال لأعمال الخير . وتتكون هذه المجموعات عادة من أشخاص تربطهم الصداقة .

ومن أمثلة هذه المنظمات ^(١) : إلكس (ELKS) ، والليوبنز (LIONS) ، والماسونز (MASONS) ، وسيفيتانز (CIVITANS) ، وأندية الروتاري (ROTARY) ، وتعد هذه المنظمات في العادة اجتماعات كبرى تقام فيها الاستعراضات ومختلف النشاطات الاجتماعية الكبيرة في الشوارع . ويشارك في اجتماعات هذه المنظمات السنوية أعضاء من مختلف أرجاء العالم .

- **الجمعيات الإغريقية النسائية والرجالية** : وهي التي تقام في حرم الجامعات ، وهي فرع آخر لشبكة للمنظمات الاجتماعية التي تهدف إلى التأخر والتدريب على القيادة . وأقدم هذه الجمعيات الجامعية جمعية (PHI BETA KAPPA) .

- **جمعيات أصحاب الاهتمامات المشتركة** : وتنظم هذه الجمعيات حول العديد من الهوايات المختلفة والاتجاهات الحرفية ، مثل المهتمين بزراعة نوع من البنفسج ، وهناك هواة جمع نماذج القطارات ، وهواة غراحة القصص العلمية الخرافية ، وتجذب هذه الهوايات أعداداً من الناس يشكلون جمعيات ويعقدون لها الاجتماعات . وفكرت جمعيات الاهتمامات المشتركة على تبادل المعرفة ، وغالباً ما تلتقى هذه المجموعات لبيع أو تبادل الأشياء كالعملات والطابع البريدية النادرة . وربما عقدت اجتماعاتها على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي ، وعادة ما يكون محور اجتماعات هذه المجموعات معرضاً تجارياً .

- **المجموعات السياسية** : وتجذب المجموعات السياسية أناساً يجمعهم توجه سياسي أو قانوني معين من خلفيات متعددة . ويعقد الحزب الجمهوري والحزب الديمقراطي اجتماعات على المستوى المحلي ، ويعقد كلاهما اجتماعات رئاسية على المستوى الوطني لترشيح أعضاء لبعض المراكز السياسية .

من أمثلة المجموعات السياسية التي تشكلت لإحداث تعديلات قانونية معينة جمعية أمهات ضد القيادة تحت تأثير الخمر (MADD) ، وجمعية أعضاء هذه الجمعيات لعمل سياسات قانونية وللتثقيف ورفع الوعي حول بعض القضايا المحددة .

(١) ملاحظة المترجم : هذه جمعيات ماسونية يستخدمها انبياء لتحفيز بعض أغراضهم تحت ستار خدمة المجتمع .

- **المنظمات الدينية والعرقية :** المنظمات الدينية والعرقية تربط أعضائها خلفيات أو اهتمامات عقائدية أو اجتماعية مشتركة . وتسمى هذه المجموعات إلى رفع الوعي حول معتقداتها وخلفياتها . وتجمع المنظمات الدينية لوضع السياسات والمعايير والمعتقدات لاتباعها .

والجمعية الوطنية تقدم الأشخاص الملونين هي مثال للمنظمات العرقية التي تشكل في نفس الوقت توجهها سياسياً . وهي تعمل على رفع الوعي وتراقب القوانين وقوى الضغط ، كما تجتمع المنظمات العرقية كذلك للترفيه والبهجة وغالباً لنشر عاداتها وتقاليدها والحفاظ عليها . وجمعية (يوبرت برنز) التي تعمل على إبراز الحضارة الإسكتلندية مثال على ذلك .

المنظمات الخيرية : المنظمات الخيرية مثل جمعية القلب الوطنية وجمعية الرفق بالحيوان التي تقوم لأهداف عديدة ، وأهدافها الأساسية هي تحسين معرفة العامة ببعض الأمراض والعوامل والمشاكل الاجتماعية . وجميع المال لإقرار البحوث والمساعدة .

والجمعيات الخيرية فروع محلية قوية وشبكات وطنية ودولية . وتتمحور اجتماعاتها حول نطاق عملها . وربما تضمنت تقديماً للبحوث خصوصاً إذا كانت اهتمامات الجمعية في المجال الصحي .

المنظمات التجارية (الأعمال) :

تعتقد المنظمات التجارية صغيرها وكبيرها في أنحاء العالم اجتماعات ، وربما كانت اجتماعات للإدارة العليا أو للعاملين في صفه الإنتاج الأول . أو اجتماعات للمساهمين لانتخاب بعض القرارات الرئيسية للتركة . أو ربما كان الاجتماع للعاملين في المبيعات لزرع الحماس حول منتجات جديدة .

وتعتقد المنظمات التجارية الاجتماعات لأسباب عديدة من بينها تطوير المبيعات والتدريب . وقد تتميز اجتماعات الشركات التي تخصص لتقديم منتج ما بكونها في العادة كبيرة ومكثفة مما يستدعي الكثير من التخطيط، ولكن الكثير من اجتماعات المنظمات التجارية صغيرة وسهلة التنظيم .

ويمكن تقسيم منظمات الاعمال والصناعة إلى أربع مجموعات رئيسية هي :

- ١ - الصناعة .
- ٢ - التوزيع .
- ٣ - تقديم الخدمات .
- ٤ - الحكومة .

وربما شملت بعض المنظمات أكثر من نشاط من هذه النشاطات . وبعض منظمات الاعمال هي شركات كبرى متعددة الأغراض تملك العديد من الشركات التي تعمل في كل نشاط من الأنشطة المذكورة .

ومن الممكن أن لا ينطبق التصنيف المذكور سابقاً على بعض المنظمات التجارية : وعندما تريد أن تصنف المجموعة وفقاً للتصنيف السالف الذكر ، ركز على معرفة المنتج الأخير لها . فمثلاً نشاط (ماكغونالد) الرئيسي هو تقديم الغذاء ، ومع هذا فهو نشاط خيمة مع كونه يوزع ويصنع بعض الأشياء .

وتقيم الكثير من المنظمات المذكورة معارضة تجارية ، ويناقش الفصل الثالث هذه الاجتماعات الخاصة .

تقوم **الصناعة التحويلية** بإنتاج وتجميع وصناعة بعض الأشياء من مواد خام ، وغلب فإن جميع الأشياء التي تراها أو تلمسها . بدءاً من السيارة إلى مشبك الورق تمت صناعتها ، وبالطبع فإن هناك ملايين المنظمات الصناعية التي تملك الكثير من المصانع والمعامل . ومن نافذة القول إن الزراعة هي كذلك نوع من أنواع الصناعة . وتضم المنظمات الصناعية عاملين في مجالات الإنتاج والإشراف والإدارة ، ويشمل عمل كثير من المنظمات الصناعية نشاطين آخرين هما التوزيع والخدمات . ومن الممكن أن تكون المنظمة الصناعية صغيرة ، عبارة عن محل حياكة به عاملان يقوم بتفصيل بعض السترات ، أو من الممكن أن تكون المنظمة الصناعية في حجم شركة (فورد) العملاقة .

وتعقد المنظمات الصناعية اجتماعات لتدريب العمال والإداريين . وربما كانت كمية الإنتاج أو هامش الربح موضوعاً لاجتماع للإدارة . وتقوم المنظمات الصناعية بإقامة المعارض التجارية لعرض بضائعها .

- يقوم **الموزعون بالتوزيع والتوصيل والإمداد** ، وينضوي تحت هذا التقسيم المبيعات التى تعد أحد المكونات الكبرى لاقتصاد البلاد ، ويشمل نقل البضائع من المنتج إلى المستهلك : التخفيف والنقل والتخزين وفى النهاية البيع (الجملة والفرقة على حد سواء) . وكما ذكر سابقاً فإنه من الممكن أن يكون التوزيع والخدمات جزءاً من نشاط التصنيع .

وربما كان الموزع هو عبارة عن متجر صغير لشخصين متخصص فى المنتجات اليدوية ، يقوم المالك فيه بتوزيع (بيع) منتجات الفخار والسلال . أو ربما كان الموزع هو شركة (كى مارت K Mart) العملاقة التى تقوم ببيع الكثير من المنتجات ، ويختلف حجم الشركة وعدد العاملين بشكل كبير بين منظمات التوزيع .

وقد يقوم الموزعون بعقد اجتماعات تدريبية للمندوبين ، أو ربما كان الاجتماع بغرض التحفيز عن طريق منح هدايا وجوائز لمن يحققون أكبر حجم من المبيعات ، وربما كان الاتصال الداخلى أو الإجراءات هى موضوع اجتماع لنظمة توزيع .

- إن **قطاع الخدمات** يقوم بمساعدتك والمحافظة عليك وعلى ممتلكاتك ، فبينما يتعامل الصانعون والموزعون مع منتجات ، يقوم قطاع الخدمات بعمل إجراءات أو تصانح أو استشارات أو إدارة - والفنادق والمطاعم والبنوك ومؤسسات الأسهم وشركات التأمين والغاسل كلها منشآت خدمات .

وبالإمكان تقسيم صناعة الخدمات إلى مجالات مثل : الضيافة ، والمالية ، والاتصالات ، والخدمات الشخصية . وتشمل الضيافة نشاطات الإقامة والمطاعم . كما يمكن تصنيف أماكن الألعاب والتسلية على أنها ضمن قطاع الضيافة .

وقطاع المالية يشمل المصارف والتأمين وشركات الأسهم . أما الاتصالات فتشمل وسائل الإعلام والصحف والراديو والتلفزيون وشركات الإعلام . ويشمل قطاع الخدمات الشخصية : الصيانة والإصلاح والعقار والرعاية الصحية ، إلى جانب أعمال أخرى .

كما أن شركات الكهرباء العامة منها والخاصة هى نوع آخر من أنواع الخدمات . وهذه الشركات قد تقوم بتصنيع أو تحسين منتج ثم تقوم بتوزيعه على الناس . ولكن هدفها النهائى هو توفير خدمة .

يتراوح حجم أعمال الخدمات من محل لتصليح الأحذية يعمل فيه شخصان ، إلى شركات أسهم أو عقار أو استثمار على مستوى البلد تشغل آلاف الموظفين . وتعقد شركات الخدمات اجتماعات للموظفين ، كما توفد مشاركين إلى اجتماعات الجمعيات المناسبة . وتمثل علاقات الزبائن ومعالجة المعلومات في الغالب موضوع الاجتماعات .

- وتمثل **الحكومة** قطاعاً رئيسياً من قطاعات الأعمال : إذ لا يشترط بالضرورة أن يكون قطاع الأعمال منشأة تجارية ، وتقوم المؤسسة الحكومية في كافة مستوياتها (المدينة ، المقاطعة ، الولاية ، وعلى مستوى البلد) بعقد الاجتماعات بشئى أنواعها ، وتمثل القوات المسلحة جزءاً كبيراً من الحكومة .

وتختلف احتياجات الحكومة والقطاعات العسكرية من الاجتماعات عن احتياجات غيرها من المنظمات : ولا بد من مراعاة المصروف اليومي المسموح به للسفريات الحكومية عند التخطيط للاجتماعات الحكومية . وعادة تدعو المنظمات الحكومية للاجتماعات بهدف التعلم أو تغيير إجراءات العمل أو للتخطيط .

- **نشاط الحلقات التعليلية أو التدريبية** ، ويتمثل أساساً في عمل اجتماعات عامة أو في بيع منتج ، وغالباً ما يكون المنتج المبيع حلقات إضافية أو أشرطة أو كتباً . وتعالج الحلقات التي تهدف إلى الربح : التنمية الشخصية أو الأمور المالية . وتقوم هذه المنشآت بعقد حلقات عامة في المدن الرئيسية .

النطاق الجغرافي :

تقام المنظمات على المستوى المحلي أو الإقليمي أو على مستوى الولاية أو على المستوى الوطني أو العالمي . وربما كانت التجمعات ومنظمات الأعمال التي لها أكثر من مكتب أو وضع أو مركز تسويق ، لها أقسام في مناطق جغرافية متفرقة .

وإذا كان لمنظمة نطاق جغرافي واسع فإن عضويتها تتضخم ، ويساعد تحديد النطاق الجغرافي للمنظمة على تحديد عدد الأشخاص المحتمل حضورهم واجتماعاتها ، وكلما زاد عدد الأعضاء زاد عدد المشاركين في الاجتماعات . وعادة ما تون اجتماع على مستوى البلد أكبر من اجتماع على مستوى الولاية .

وعادة ما تتمدد المنظمات جغرافياً على شكل هرمي ، فالمنظمات في المقاطعة تجتمع ثم يتم اختيار ممثل أو مالكين لها للمشاركة في الاجتماع على مستوى الولاية ، ثم تقوم منظمة الولاية باختيار ممثل للذهاب إلى الاجتماع الذي يعقد على مستوى البلد . ومن الممكن كذلك أن يقوم اجتماع على مستوى البلد باختيار مرشح لحضور اجتماع على المستوى العالمي .

في جميع مراحل التخطيط للاجتماعات تعتبر التركيبة الجغرافية للحضور عاملاً حيوياً لا بد من أخذه بعين الاعتبار ، وبعض الاجتماعات تجتاز الحدود ، فاجتماع في (تورنتو) على سبيل المثال ربما يجتذب أعضاء من منظمات في كندا مع كون الاجتماع في الأساس خاص بالأعضاء الأمريكيين . ولقد أصبحت الكثير من المنظمات الأمريكية منظمات دولية لكونها تضم أعضاء متعددين من كندا أو المكسيك . بنفس الطريقة فمن الممكن أن تعتبر بعض المنظمات الكندية أو المكسيكية منظمات دولية لكونها تضم أعضاء يحملون الجنسية الأمريكية .

لمحة عن المشارك :

إن نظرة سريعة لملامح المشارك التقليدي في اجتماع نعضي المخطط فكرة حول الاجتماع ، فهي تعطيه أفكاراً حول مكان عقد الاجتماع وكيفية جدولته وتحديد سيره ، كما تعطى للمحة كذلك مؤشرات حول مدى الرسمية التي يجب أن يكون عليها برنامج الاجتماع ومستوى الفخامة المرغوب . وتوضح للمحة عن المشارك مدى الحاجة للتغلب على عائق اللغة ، أو الحاجة إلى توفير التسهيلات المناسبة للمشاركين ذوي الإعاقة ، وتشمل ملامح المشارك : العمر ، والجنس ، والوظيفة ، ومعدل الدخل ، والمدينة ، وفيما إذا كان المشارك سيذهب معه أحداً ، ومن سيدفع .

- **العمر** : تضم العديد من الاجتماعات مشاركين من مختلف الأعمار ، مع أن العديد من المنظمات تحصر العضوية في مستوى عمري محدد . ومن الممكن أن يبين نوع المنظمة عمر المشاركين بوضوح ، فالواحد منا يفترض أن اجتماع الأطباء يضم مشاركين يتعدى أعمارهم الـ ٢٥ سنة ؛ لأن معظم الأشخاص ممن هم أقل عمراً من ذلك ليست لديهم شهادات طبية ، بينما المشاركون في اجتماع لجمعية القادة

المستقبلين للأعمال في أمريكا التي هي خاصة بمن هم في المرحلة الثانوية ، تتراوح أعمارهم بين (١٥) و (١٨) سنة ، إذا كان عمر المشاركين في المتوسط بين (١٨ - ٢٥) عاماً ، فإن الاجتماع سناخذ طابعاً آخر يختلف عن طابع اجتماع كبار السن . فعلى سبيل المثال فإن اجتماع جمعية جامعية يختلف تماماً عن غيره من الاجتماعات . ففي اجتماع كهذا يتوقع الواحد منا أن يكون هناك الكثير من النشاطات السريعة الطابع ، وكذلك أن يكون طابع الاجتماع غير رسمي . في حين أن اجتماعاً لأعضاء كبار السن يأخذ مختلفاً ، فسبر النشاطات سيكون أبطأ ، والجو العام سيكون أكثر رسمية ، كما أن الاجتماع ومحيطه سيكون أكثر فضاة .

- **الجنس** : تتميز بعض الاجتماعات بأنها إما مخصصة للذكور فقط أو أنها خاصة بالإناث دون الذكور . فعلى سبيل المثال فإن اجتماعاً لشركة تجميل سيكون حضوره في الغالب نساء . أما لو كان الاجتماع خاصاً ببيع المعدات الثقيلة فسيكون فريق المبيعات معظمه من الرجال . وهناك الكثير من الاجتماعات التي يكون حضور النساء فيها معادلاً لحضور النساء . وعموماً فإن نشاطات وقت الفراغ . والتسليه وقائمة الطعام ، يجب أن تلبى احتياجات الجنسين .

- **المهنة** : إن عمل الشخص يدل على رغباته واهتماماته ، فالمعرفة ، والأشياء المفضلة وغير المفضلة . وما إلى ذلك هي دلائل على متطلبات الاجتماع ، وتضم العديد من الاجتماعات أشخاصاً في نفس المهنة أو العمل . فاجتماع لاساتذة كلية على سبيل المثال يتميز بمستوى من الرسمية والفضاء وطابع الاداء يختلف عن اجتماع مالكي آلات ألعاب النسلية الكهربائية .

إن تخصيص اجتماع لأناس يعملون في نفس العمل أو أناس يستمتعون بنفس الهواية أسهل نوعاً ما من محاولة إرضاء رغبات أناس من حرف مختلفة ، أو صناعات أو نشاطات لوقت الفراغ . وكقاعده فإن رغبات أعضاء أية مجموعة مهنية تتشابه . كما تتشابه أيضاً خلفياتهم الاجتماعية والاقتصادية .

وبالتأكيد فإن اجتماعات الشركات تضم أشخاصاً يعملون في نفس الشركة ، ولكن ليس بالضرورة في نفس المهن . فقد يشمل الاجتماع محاسبين ، ومساعدين إداريين ، وممثلين لمبيعات محن يعملون في نفس الشركة . وفي هذه الحالة يخطط البرنامج لمواجهة احتياجات مجموعات المهن المختلفة الممثلة عن طريق جلسات فرعية مواجهة تغطي المجالات المختلفة .

– **معدل الدخول** : يجب علي مخطط الاجتماع مراعاة متوسط دخل المشاركين عند اتخاذ القرار بشأن المكان والمبنى . ويساعد تقديرات مستويات الدخل مخطط الاجتماع علي تخطيط نشاطات وقت الفراغ ، وعلى اقتراح مستوى الفخامة المتوقعة في الاجتماع ، وتحديد رسوم التسجيل بناءً علي معدل الدخل .

وتتفاوت دخول أعضاء الجمعيات الذين تجمعهم نفس الحرفة أو الهواية . فعلى سبيل المثال معدل دخل أعضاء جمعية ملاك سيارات المازيراتي القديمة في أكثر الاجتماعات عال جداً ، علي خلاف دخل هواة جمع الدمى القديمة الذي يكون متفاوتاً ، ومن الصعب تحديده .

– **المهنية** : هل المشاركون من أحياء مدينة كبيرة أم هم من مدن صغيرة ومزارع ؟ يساعد جواب هذا السؤال مخطط الاجتماع علي اختيار مقر الاجتماع ، وعلى اختيار ما يقوم به المشاركون في وقت فراغهم .

وعادةً يرغب سكان المدن الصغيرة التي لا تتوفر فيها الكثير من التسلية وأماكن الترفيه في زيارة المدن الكبيرة التي تتوفر فيها وسائل الترفيه والتسلية ، أما سكان المدن الكبيرة فيحبون المنتجعات والمصايف الهادئة ، كما يفضلون برنامجاً يحوى الكثير من أوقات الراحة والاسترخاء .

وثمة عامل آخر يؤثر في التخطيط للاجتماع وفي تكاليفه يتمثل في المسافة التي يقطعها المشاركون لحضور الاجتماع .

– **إحضار الزوج أو الزوجة والأصحاب** : يزايد عدد الشركات والجمعيات التي تشغل دعوه الزوج أو الزوجة لحضور الاجتماع . وفي الاجتماعات التحضيرية التي تعقد

لتقدير وتشجيع الموظفين نوى الأداء العالي ، يقوم أكثر من (٨٨٪) من الشركات والجمعيات بدعوة الزوج أو الزوجة لحضور الاجتماع أو للمشاركة في الرحلات التكرمية .

ومن جهة أخرى فإن بعض الاجتماعات تكون مفصولة على اناس محددين أو يكون الاهتمام بموضوعها محدوداً ، مما يستدعي عدم دعوة الزوج أو الزوجة . ومع عدم دعوته أو دعوتها ، فإن البعض يصطحبها لمرافقته عند حضور النشاطات الاجتماعية المصاحبة التي تعقد خارج الاجتماع .

ويجب أن نوضح النبذة عن المشارك نسبة من سببهم أزواجهم أو مرافقين ، فهذه المعلومات ستحكم الاحتياجات من الغرف ، وتقدير عدد الوجبات ، وإدارة وقت الفراغ . لقد أصبح إعداد برنامج للمرافقين جزءاً رئيسياً في عملية تخطيط الاجتماعات ، ويوجد في العديد من المدن منظمات تقوم بإعداد نشاطات للزوج أو الزوجة المرافقة خلال ساعات الاجتماع .

كما أن النبذة عن المشاركين يلزم أن نوضح مدى رغبة المشاركين في مصاحبة مشارك آخر في الغرفة . إن البعض لا يحيد ذلك ، بينما البعض الآخر يسعده ذلك لتقليل المصاريف .

- من يدفع ؟ . في العادة تقوم الشركة الراعية للاجتماع بدفع تكاليف الاجتماع . بينما تتكفل الشركات بتغطية مصاريف منسوبيها ، إن اجتماعات الجمعيات تضم في العادة خليطاً من المشاركين ، وبعضهم يدفعون مصاريفهم بأنفسهم ، أما البعض الآخر فنتكفل شركاتهم بدفع المصاريف ، في أحبان كثيرة ينضم العاملون إلى عضوية منظمات : لأن ذلك يساعدهم في وظيفتهم ، ولأن شركاتهم تتحمل مصاريف حضورهم للاجتماعات : نظراً للقاعدة التي تعود على الشركة عندما يحضر أحد العاملين فيها اجتماعاً ثم يعود إلى مقر عمله ليشارك زملائه بما حصل عليه من معلومات .

وعندما تجتمع مجموعة من أصحاب الهوايات أو الرغبات المشتركة ، فإن المشاركين في العادة يتحملون - كلٌ عن نفسه - مصاريف الاجتماع ، لأنهم يرون في

الاجتماع وسيلة لتنمية هواياتهم . وعندما يتحمل المشاركون مصاريفهم ، يجب على مخطط الاجتماع أن يضع في ذهنه تقليل التكاليف . إلا إذا كانت المجموعة ميسورة الحال مثل مجموعة ملاك سيارات المازيراتى القديمة (التى برصد أعضاؤها فى أغلب الأحيان ميزانية كبيرة للصرفه على الاجتماع .

تتمعن فى نبذة المشاركون التالية . وفرر مدى موافقتك على الاستنتاجات التى خرجنا بها حول نوع الاجتماعات الأكثر تناسبا مع هذه المنظمات .

جمعية ملاك سيارات المازيراتى الأثرية :

العمر :	٤٥-٧٠
الجنس :	ذكر (٩٠٪)
المهنة :	مهنى (ضبيب ، محام)
معدل الدخل :	أكثر من ١٠٠٠-٢٠٠٠ دولار
المدينة :	مختلفة المكان والحجم
برفقة زوجة :	٥٠٪
من يدفع :	نفسه

يتضح من اسم هذه الجمعية أنها ستجتمع بغرض البهجة ، وسيكون هناك معلومات عن التبادل وقد يكون هناك معرض صغير للقطع المسفحلة . وهى مجموعة من ذوي الدخل المرتفع . والتوفير هنا ليس شرطاً رئيسياً . فوجب توفير بعض النشاطات للزوجة . ويتوقع الحاضرون مستوى معيناً من الفخامة ، ولكن الاجتماع سيكون غالباً غير رسمى ، كما يجب توفير وقت للنشاطات الاجتماعية .

جمعية مدرسى النسخ :

العمر :	٢٢-٥٥
الجنس :	انثى

الهيئة :	مدرسة ثانوي
معدل الدخل :	٢٨,٠٠٠ دولار
المدينة :	مدن حضرية ومناطق ريفية
برفقة الزوج والزوجة :	١٠٪

من يدفع : (٨٠٪) مدرسة المقاطعة و (٢٠٪) المشاركون
 ينضم من هذه المعلومات أنه يجب جعل تكلفة الاجتماع في أدنى حد ، فإذا كانت
 التكلفة عالية قلّ تدفق المدارس ، وإن يتمكن الراغبون في الاجتماع من المشاركة ،
 ويفضل أن تكون التكلفة متوسطة في حدود إمكانيات المشاركين ، مع توفير قدر معين
 من الرفاهية والسرعة والتنظيم الجيد للمساعدة في تحقيق الأهداف التعليمية .

فريق مبيعات الثامن المشترك للمناطق الشمالية الشرقية :

العمر :	٢٨-٥٠
الجنس :	ذكر (٩٥٪)
الهيئة :	مبيعات
معدل الدخل :	٣٦,٠٠٠
المدينة :	١٠,٠٠٠ - ٢٠,٠٠٠ صغيرة من ضواحي المدينة ،
برفقة الزوجية :	٥٥٪
من يدفع ؟ :	الشركة (من حساب المصروفات)

إن الهدف من هذا الاجتماع هو في الغالب مكافأة ممثلي المبيعات أو تحفيزهم
 لزيادة مبيعاتهم ، ويجب أن ينسق مخطط الاجتماع مع الشركة في مجال التكلفة ،
 حيث إنها هي التي ستدفع المصاريف ، ويجب توفير النشاطات التي تشمل الزوج أو
 الزوجة المرافقة .

الخلاصة : إن تخطيط الاجتماع يعني معرفة المنظمة ومعرفة الأشخاص الذين سيحضر الاجتماع ، وتعتمد قرارات تخطيط الاجتماع على المعلومات التي تحدد من خلال النبذة عن المشاركون .

نشاطات الفصل :

١ - اذكر ثلاثة أمثلة على كل نوع من أنواع الجمعيات التالية في منطقتك

- الحرفية .
- التجارية .
- الجامعية .
- الاجتماعية .
- الهوايات أو الاهتمامات المشتركة .
- الدينية .
- العرقية .
- الخيرية .

٢ - قابل شخصاً من مجموعات الأعمال التالية وتعرف على عدد الاجتماعات التي تعقد خلال العام لكل نوع من هذه الشركات ، وحاول أن تعرف هل هذه الجمعيات محلية أم على مستوى المقاطعة أم على مستوى الولاية أم على مستوى البلد أم على المستوى العالمي ؟ واحصل على نبذة عن المشاركين في الاجتماع .

- الصناعون .
- الموزعون .
- قطاع الخدمات .
- الحكومة .

الفصل الثالث

أهداف الاجتماعات وأنواعها ؟

بعد إنهاءك لهذا الفصل ستصبح قادراً على :

- ١ - فهم أسباب عقد الاجتماعات .
- ٢ - معرفة الأسماء التي نطلق على الاجتماعات .
- ٣ - معرفة أساسيات المعارض التجارية .

لماذا تعقد الاجتماعات ؟ هل لأنها جزء من التقاليد ؟ نحن نجتمع كل عام ، هل الاجتماع هو أسرع طريقة للتبليغ بشئ- أو لحل مشكلة . أو لتبادل الأفكار ، أو للتعارف ؟ ما هو تعريف الاجتماع ؟ إن أحد التعاريف المألوفة للاجتماعات تقول إن الاجتماع حدث مخطط له بين شخصين أو أكثر لهدف موحد .

ولا بد من تحديد أهداف وأغراض الاجتماع بشكل واضح . فممنظمة لها أهداف ومقاصد وتطلعات أنية ربما تعتقد أن عقد اجتماع هو أكثر الطرق فعالية لتحقيق أهدافها ونظلماتها ، فعلى سبيل المثال لو أن شركة عزمت على تطبيق نظام محاسبي جديد فمن المحتمل أن يقاوم فداوى الموظفين هذا التغيير ، وهنا ربما يساعد اجتماع على مستوى الشركة فى التغلب على تلك المقاومة . ويتم الدعوة للاجتماع لهدف ، فيتم التصميم والتخطيط له لجعله أقل تعقيداً ، وإذا كانت الأهداف غير واضحة ، أو متباغ فى تبسيطها ، أو غير هامة ، فربما لا تكون هناك حاجة لاجتماع . حتى الاجتماعات الإلزامية - كاجتماعات المساهمين - لا بد أن يكون لها أهداف ، ومن الممكن أن تكون ببساطة إقراراً للحيزانبة أو لاختيار مسئولين جدد .

وتقوم الإدارة بالتدقيق والتدقيق فى أهداف وجداول الاجتماعات الشركات ، وبالطبع فإن الوقت ثمين كاللآل ، والاجتماعات تستهلك الوقت والمال ، ولهذا فإن أهداف الاجتماع لا بد أن تكون قيمة ، ولا تقتصر تكلفة الاجتماعات على مصاريف التسجيل والنقل والإقامة ، بل لا بد من إضافة تكلفة التغيب عن العمل . ويجب اعتبار الاجتماع استثماراً فى تنمية معارف وشخصية الموظف أو عضو الجمعية .

فى العديد من الاجتماعات يكون للمشاركين المتوقعين الخيار فى الحضور أو عدمه ، ولا بد أن تكون قيمة الاجتماع ظاهرة قبل أن يحضر المشاركون . ولهذا فإنه يلزم أن توضح جميع الاتصالات مع المشاركين المحتلين أهداف ومقاصد وأغراض الاجتماع . ولا بد أن تكون الطريقة التى سيحقق بها الاجتماع تلك الأهداف ظاهرة .

مبررات عقد الاجتماعات :

تعقد الاجتماعات لسبب أو أكثر من الأسباب التالية :

- ١ - للتعليم والتدريب .
- ٢ - لإنجاز الأعمال الداخلية للمنظمة .
- ٣ - للتحفيز .
- ٤ - للمكافأة والاحتفال .
- ٥ - لتحقيق دخل أو إيرادات مادية .

التعليم والتدريب :

تعد معظم الاجتماعات لأغراض التعليم والتدريب أو لتبادل المعلومات . وربما احتاج أعضاء الجمعية إلى معرفة التشريعات الفاعلة ، أو وربما احتاج الموظفون إلى معرفة التغييرات في سياسة الشركة ، وتشمل النشاطات التعليمية التي يخطط لها في الاجتماعات : الترويض ، وتحديث أو مراجعة المهارات ، وشرح أفكار وأساليب جديدة ، والتعريف بالمصادر . كما يمثل الاتصال والاجتماع بين الزملاء في العمل جزءاً هاماً في عملية التعليم والتدريب .

في بعض الأحيان يقوم خبير بتعليم أسلوب جديد أو باستكشاف فكرة جديدة باستخدام طريقة المحاضرة التقليدية ، أو باستخدام طريقة النقاش بين جماعة من المتناقشين والحاضرين ، وذلك بمساعدة شخص يسهل عملية نقاش ، كما أن تحديث أسلوب ما أو مراجعة معلومات ، يمكن أن يتم من خلال المحاضرة والجلسات التي يشارك فيها الحاضرون . وقد يقدم مرشحون لنيل شهادة الدكتوراه رسائل بحث حول اكتشافات جديدة في أحد المجالات .

في بعض الأحيان يمكن الحصول على وحدات في مجال التعليم المستمر بحضور الاجتماعات التعليمية . وتطلب الكثير من الجمعيات المهنية من أعضائها تحصيل عدد محدد من ساعات التعليم المستمر كل عام كشرط لاستمرار الترخيص المهني الذي تمنحه لهم ، أو كشرط لاستمرار عضويتهم في المهنة .

وقد يتم في بعض الاجتماعات تقديم واستعراض بعض المنتجات ، وربما تم تقديم سيارة جديدة بكثير من البهرجة مع توضيح الفروق والتغييرات والميزات للسيارة

الجديدة مقارنة بإنتاج العام المنصرم وذلك لجهاز المبيعات ، وقد يكون هناك خيط رفيع يفصل بين تعريف ممثلي المبيعات بمنتج جديد ، وتحفيزهم لبيعه .

وتمثل المعارض التجارية إحدى وسائل التدريب الجماعي ، ومن الممكن أن تقام المعارض لعرض المنتجات والموارد ، على سبيل أمثال فإن الكتب الدراسية والوسائل التعليمية المساعدة الأخرى يتم عرضها في المعارض التجارية للمعلمين . كما يتم عرض أحدث الأجهزة الطبية والجراحية والمواد الصيدلانية لمن يحضرون المؤتمرات الطبية .

ومن الممكن أن يكون أحد أهداف الاجتماع هو تثقيف العامة عن طريق طلب تغطية الاجتماع إعلامياً ، فعندما يعقد اجتماع حول أمراض مادة الأسبستوس ويتم تغطيته إعلامياً بشكل مكثف ، فإن ذلك يرفع من وعي العامة حوله .

وقد يمنع لبعض دافعي الضرائب بعض الإعفاء الضريبي مقابل تكاليف حضورهم اجتماعاً تعليمياً ، فمن الممكن خصم تكاليف التسجيل والسفر من الدخل الإجمالي للشخص . ويلخص الفصل الرابع أنشطة هيئة الضرائب حول هذا الأمر .

تصريف أعمال المنظمة :

الرجاء من الموافقين أن يقولوا نعم . إن تصريف أعمال المنظمة وعملياتها هو سبب آخر لعقد الاجتماع . وعلى الرغم من أن أعمال المنظمة الروتينية يتم القيام بها بشكل عادي من قبل المديرين والعاملين ، فإن ثمة مناسبة تستدعي عقد اجتماع على مستوى المنظمة أو على مستوى القسم .

فعلى سبيل المثال ، ربما برزت الحاجة إلى انتخاب مديرين جدد ، أو ظهرت حاجة إلى تخطيط وتصميم إستراتيجيات جديدة للمنظمة ، ويلزم القانون الشركات العامة أن تعقد اجتماعاً سنوياً للمساهمين الذين يجب إشعارهم بالاجتماع ، ويجهد مخططو الاجتماعات أنفسهم في محاولة ابتكار أكثر من طريقة لزيادة الرغبة في حضور هذه الاجتماعات التي يتم فيها عرض التقرير السنوي والمعلومات والأرقام المالية للعام ، أو مراجعة أعمال الشركة في العام المنصرم ، وربما احتاج أعضاء مجلس إدارة منظمة إلى عقد العديد من الاجتماعات في السنة لمناقشة واتخاذ قرارات تشغيلية هامة .

تحفيز الأعضاء والمعلمين :

يتفوق هذا الطراز على كل ما هو متاح في السوق، وقدفنا هو وضع (٢٥.٠٠٠) عنه على الطريق بنهاية شهر مارس . تجتمع المنظمات والمؤسسات ليت الحماس وتوحيد الاعضاء للقيام بأعمال معينة . وربما كان الهدف هو بيع المزيد من المنتج ، أو رعاية تشريع مفضل ، أو تشجيع التحسين الذاتي . ويعتبر تشجيع روح الفريق أحد أنواع الاهداف التحفيزية .

عند تقديم منتج جديد فإن الإدارة تريد - بالإضافة إلى تعريف المشاركين في الاجتماع بالتحسينات التي أدخلت على المنتج - أن تحمس فريق مبيعاتها للبيع وتوقع العقود ، وأن يكونوا فخوريين بالمنتج ، وتعتبر اجتماعات التوافق - التي سنناقش بعد هذه الفقرة - ذات علاقة بالاجتماعات التحفيزية .

تقديم المكافآت والاحتفال بالإنجازات :

لو أنك بعدت (٢٥) سيارة الشهر الماضي فربما فزت برحلة مجانية لحضور المباراة السنوية الكبرى لهذا العام . وشراء (٢٥.٠٠٠) رطل من الأسمدة ربما منحك وعائتك الفرصة للحصول على رحلة مجانية إلى (كانكون) . ونشاط السفر على شكل حوافز أو جوائز تقديرية هو نشاط كبير .

إن اجتماعات التحفيز تعد مكافآت لإنجازات كبيرة ، وربما شملت رحلات إلى مناطق جذابة أو حفل غدا - أو عشاء مع الترفيه . وتعد اجتماعات التحفيز للأشخاص الذين كانت لديهم دوافع قوية وحققوا بتجاح بعض الاهداف المحددة سلفاً - وعادة ما تشتمل هذه الاجتماعات على نوع من الاجتماع الرسمي لكنه عادة ما يكون قصيراً .

ويناح في بعض الأحيان لمن فازوا برحلات تحفيزية اختيار الوقت الذي يرغبون أن يتمتعوا فيه بتلك الرحلة ، أو تحدد الرحلة في إطار الرحلات الجماعية وتجدول في وقت معين . وفي هذه الحالة فإن كل شخص فاز برحلة مجانية يذهب سويلاً مع الفائزين الآخرين ، وعادة ما تكون الرحلات التحفيزية على الدرجة الأولى . وتستضاف المجموعة في أحد الفنادق ذات الأربع نجوم . ويتم دفع جميع التكاليف بما فيها الوجبات والترفيه ورسوم ملاعب الجولف وبعض المال للمصاريف الترتية .

وهناك بعض الشركات التي تسمى بيوت التحفيز أو شركات الإنجاز التي تقوم بتخطيط اجتماعات التحفيز وتنظيم هذا النوع من جوائز السفر .

وقد ينضم اجتماع التحفيز حول وجبة فاخرة ومشروبات ، حيث يتم ترتيب وجبة غداء خفيفة أو قهوة أو شاي أو مشروبات متنوعة ، أو وجبة مفتوحة أو حفل استقبالي على شرف شخص ما ، وربما شارك في ذلك أحد الفنانين أو المجموعات الفنية، وقد يكون محور الحفل حدثاً رياضياً أو رقصاً . وقد يجتمع الناس ليحتفلوا بمناسبة مثل إقامة حفلات للاحتفال بفوز سياسي أو بزواج .

جمع التبرعات وإيجاد مصادر الدخل:

أخيراً ، ربما عقد الاجتماع فقط لجمع التبرعات ، فعلى سبيل المثال يتم عمل حفل عشاء لجمع التبرعات للمرشحين للمناصب السياسية (الحكومية) ، أو ربما دعى شخص مقابل (٦٠٠٠) دولار تقابله أحد أعضاء عائلة مالكة . ويتم التبرع بالأرباح التي تحققت لجمعيات خيرية .

ونعتبر المعارض التجارية كذلك أحد النشاطات التي تهدف إلى تحقيق دخل . ومن الممكن أن تساهم رسوم الدخول أو رسوم العارضين في مساعدة منظمة خاصة أو جمعية خيرية .

أنواع الاجتماعات :

للانضمام ، للاتحاد ، للمواجهة ، للالتقاء وجهاً لوجه ، للتقابل ، للاتصال بـ ، هذه هي تعريفات كلمة اجتماع ، وكلمة اجتماع كلمة نطلق على أحداث كثيرة وعلى أي نوع من التجمع . ومع هذا فهناك أنواع كثيرة من الاجتماعات ، ولكل منها اسم معين يعطى له بناءً على عوامل ، منها : الهدف والحجم ، ولأغراضنا هنا فإن الأنواع العشرة الأكثر شيوعاً مدرجة هنا ، كما أن المعارض التجارية الكبيرة والصغيرة هي أنواع أخرى من الاجتماعات .

ضع في الاعتبار أن باستطاعة الشخص تسمية الاجتماع بأي اسم يريد ، وتحديد الاسم يرجع إلى منظمي الاجتماع .

- **مؤتمر (Convention) :** يستخدم هذا الاسم عادة لوصف الاجتماعات القومية ، وفي حالات كثيرة يكون المدعون للمؤتمر مختارين لحضوره كممثلين لقروع المنظمات المحلية ، وتتميز هذه الاجتماعات بضمخامة الحجم ، مثل مؤتمرات الحزب الديمقراطي والحزب الجمهوري ، وقد يطلق مصطلح (مؤتمر) على اجتماع يضم الممرضات على مستوى الولاية .

- **تجمع (Congress) :** وتدل هذه الكلمة هنا على مشاركة على المستوى القومي أو الدولي . إن الدلائل السياسية لهذا الاسم واضحة ، ولكن المؤتمر (Congress) هنا يمكن أن يعقد من قبل أي مجموعة في أي موضوع . ويرمز الاسم عند البعض إلى مشاركة العديد من القديبين ، حيث يمثل كل منهم فرعاً من فروع الطب أو منطقتة الجغرافية .

- **مؤتمر (Conference) :** ويعني جمع أناس مع بعضهم ، ومن الممكن أن يجتمع شخصان ، ولكن عادة ما يكون عدد الحاضرين في هذا النوع من الاجتماعات كبيراً . ويكون المشاركون من الذين يعملون في مجالات متشابهة ، فربما كان مؤتمراً خاصاً بالمهندسين الكيميائيين أو مؤتمراً للهندسة الوراثية الكيميائية ، وربما ضم المؤتمر كيميائيين ومهندسين وأطباء وباحثين . ولفظ المؤتمر (Conference) هو أكثر الاسماء استخداماً لتسمية مثل هذه الاجتماعات .

- **مجلس (Council) :** ويعني اجتماع بعض الأشخاص لمناقشة موضوع معين ، ويمكن استخدام هذا اللفظ لتسمية مجموعة أو لتسمية اجتماع ، فعلى سبيل المثال يمكن أن يعمل الفرد كمستشار لمجلس السياحة ، كما يمكن أن يحضر مجلس السياحة .

- **حلقة (Seminar) :** يحضرها العديد من طلبة الجامعات ، وهي عبارة عن جلسات دراسية مركزة يشجع خلالها تبادل الأفكار حول موضوع معين . ومن الممكن أن تستمر الحلقة ساعة واحدة وقد تستمر لعدة أيام . ومن الممكن أن تقدم كجزئية من اجتماع كبير . ويوحى هذا التعبير بأن الناس يحضرون لكي يحصلوا على معلومات لا يعطوا معلومات .

ومن الممكن أن تكون الحلقة مفتوحة للجمهور ، كأن يعلن في الصحف في عدة مدن عن حلقة للجمهور حول (كيفية الاستثمار في العقار) ، فظاهرياً لا يكون هناك ما يجمع الحاضرين سوى رغبتهم في أن يتعلموا عن الاستثمار في العقار .

- **اللقاء (Forum) :** وهو يشبه الحلقة . وأحد تعاريف اللقاء أنه برنامج عام يجمع بين جماعة من المناقشين ومشاركات الحاضرين ، ويعنى اللقاء عند البعض الاجتماع المفتوح غير الرسمي في مدينة ما حول أنظمة تحديد المناطق .

- **ندوة (Symposium) :** وفيها يقوم بعض المختصين بمناقشة موضوع معين ، وللندوة مدلول رسمي ، وهي تستخدم بشكل أساسي عند مناقشة موضوعات علمية ، وكمثال على ذلك ندوة حول مجابهة مرض نقص المناعة المكتسبة (الإيدز) . كما يستخدم هذا اللفظ كذلك للاجتماعات السياسية ، وعند عقد ندوة عن منع تدمير الغابات في أمريكا الوسطى تضم جماعات البيئة الدولية .

- **اجتماعات العزلة (Retreat) :** عادة ما يستخدم هذا النوع من الاجتماعات كأسلوب لإيجاد حل للمشكلات ، وفحص الأفكار ودراستها ، وتقليدياً فإن حضور اجتماعات العزلة يكون محصوراً في أشخاص معدودين ، وربما جرى في هذا النوع من الاجتماعات جلسات توليد الأفكار (Brainstorming) ، وفيها يقوم شخص ما في دور الوسيط أو المسهل بقيادة المجموعة للبحث عن أفكار جديدة ، وعلى سبيل المثال قد يتخذ مجلس إدارة الغرفة التجارية في اجتماع عزلة لتطوير سبل جذب صناعة جديدة إلى المنطقة في العام القادم .

- **ورشة العمل (Workshop) :** وهو عبارة عن برنامج تعليمي قصير تتناقش فيه مجموعة صغيرة حول مشكلات محددة ، وقد تكون ورش العمل جلسات قصيرة تعقد خلال مؤتمر ، أو ربما كانت قائمة بذاتها ، وربما يعنى لفظ (ورشة عمل) اجتماعاً قصيراً يستمر ساعتين أو ثلاث ساعات . وبإسقاطة الواحد منا حضور ورشة عمل في مجال المحافظة على الآثار التاريخية ، أو الضيافة ، أو تعلم برنامج (Word Perfect) لمعالجة الكلمات ، وهكذا العديد من أنواع ورش العمل .

- **التعليم العملي (Clinic) :** ونظراً لاستخدامات هذا المصطلح في المجال الطبي فإنه يرمز إلى تقديم العلاج أو للمساعدة في تشخيص بعض المشكلات ، ولكن نطاق المشكلة - التي يمكن استخدام هذا الأسلوب فيها - هو نطاق واسع ، وقد يحتوي التعليم العملي على مهارات استخدام الهاتف أو عمل الإستنسل (ورق لإنتاج العديد من الصور) .

- **المحاضرة (Lecture) :** وهي عبارة عن اجتماع بسيط يحاضر فيه متخصص حول موضوع محدد لمجموعة من الحضور ، ومثال على ذلك محاضرة في جامعة حول الأحزاب السياسية في القرن التاسع عشر ، أو قيام نادي اليستنة بتنظيم محاضرة عن نبات الإيكيبانا (Ikebana) .

المعارض التجارية :

تمثل المعارض التجارية أحد النشاطات التجارية الهامة في شمال أمريكا ، ويعقد كل عام أكثر من (٩٠٠٠) معرض ، وتقام المعارض لعرض أجهزة ومعدات أو لمجرد وصف خدمة ، ومن الممكن أن تكون مصدر دخل كبير للشركة الراعية للمعرض .

ويستخدم لفظ معرض (Exhibition) عادة لوصف عرض يعقد مرتبطاً باجتماع آخر ، كنموذج على سبيل المثال . بينما يستخدم لفظ معرض تجاري (Trade show) لوصف معرض يقام مستقلاً بذاته . وتستخدم لفظة معرض (Exposition) للدلالة عليهما معاً . وتستخدم هذه الألفاظ بالتبادل فيها بينها ، ولكننا لأغراض هذا الكتاب سنستخدم لفظ معرض (Exhibition) للدلالة على عرض يصاحبه حدث أو اجتماع ، بينما سنستخدم لفظ معرض (Trade show) للدلالة على المعارض التي تكون قائمة بذاتها .

ويتم في إقامة المعارض التجارية استخدام مفاهيم تخطيط الاجتماعات ، ولكن هذه المفاهيم رغم ذلك لها مبادئها المهنية ومتطلباتها الخاصة . وليس في استطاعة هذا الكتاب تغطية تفاصيل تخطيط وتنفيذ المعارض ؛ لأنه يحتاج إلى الكثير من المعرفة التقنية حول مواضيع مثل الهندسة والمفاوضات العمالية . وهناك شركات خدمات مختصة بالمعارض تقدم مثل تلك الخبرات ، وتقوم بالتعاقد بشأن المواصلات والأجهزة السمعية والبصرية والتخزين والنأمين والشحن والتركيب والفك وتصميم التماذج والصور الفوتوغرافية .

المعارض :

كل معرض يعقد على هامش اجتماع له جمهور يتألف من المشاركين في ذات الاجتماع . ونظراً لأن معظم الاجتماعات تجتذب أناساً لهم رغبات وميول أو أعمال متقاربة ، فإنه من الطبيعي أن يضم المعرض بائعين تجتذب منتجاتهم وأجهزتهم وخدماتهم المشاركين في الاجتماع .

وعامة . فإن كل عارض يقوم باستئجار مساحة مخصصة له . وتتراوح المساحة من سطح طاولة طولها سبعة أقدام إلى قسم كبير خاص بحوى تقنيات سمعية وبصرية متطورة معقدة . وتجد كثير من المنظمات أن إقامة المعارض خلال الاجتماعات يساعدها على مواجهة تكاليف الاجتماع . فإذا كان الحال كذلك فسيصبح المعرض أحد الاعتبارات المهمة في التخطيط للاجتماع .

وقد يكون المعرض صغيراً لا يتعدى سطح طاولة يعرض عليها بعض المنتجات على هامش حفل غداء أو حفل شاي في اجتماع كبير . وعلى سبيل المثال ، فإن معرضاً صغيراً خلال حفل غداء لرجال الإطفاء- ربما يشمل عرض صور حول طرق الإنقاذ مصحوباً بعرض جهاز تنفس صناعي . ويتم إقامة المعارض الكبيرة في صالات المعارض أو في غرف المناسبات التي يعقد فيها الاجتماع . وإذا كان المؤتمر موزعاً في عدة مبانٍ ، فربما تم استئجار مركز أو صالة نشاطات المدينة للمعرض . وفي حالة استخدام قاعة خارجية فإنه من المعتاد أن تعقد بعض جلسات الاجتماع مصحوبة بتقديم بعض الوجبات هناك لجذب المشاركين للمعرض وإعطاء البائع بروراً أكبر .

وقد يستمر المعرض طوال فترة الاجتماع . وربما تم تقصير ساعاته . ويجب على مخططي الاجتماعات أن يقرروا كيفية جدولة المعرض . ويجب عليهم الموازنة بين إعطاء المشاركين الفرصة لمشاهدة المعرض وفي نفس الوقت ضمان عدم فواتهم بعض الجلسات العامة . وبالطبع فإنه إذا كان إيجار مساحة العرض مرتفعاً ، فإن العارضين يتوقعون أن يتم تخصيص وقت أكبر للمشاركين لمشاهدة المعرض .

المعارض التجارية :

هناك أنواع مختلفة من المعارض التجارية ، ومن أمثلة ذلك معارض صناعة السفر . وفيها يقوم العاملون في مجال توفير احتياجات السفر المختلفة ، مثل : شركات الطيران ، ومنظمة القنادق ، ومكاتب السفريات ، ومنظمي الجولات السياحية بعرض منتجاتهم وخدماتهم . كما تشمل المعارض التجارية عرضاً للمستلزمات الرياضية ، ومنتجات الأدوات المنزلية والتحف . وتعد المعارض التجارية عادة في مركز نشاطات المدينة الذي يكون مفتوحاً للجمهور .

وبعض المعارض التجارية الأخرى تحدد من يحضرها . فعلى سبيل المثال قد تقصر أسواق الأثاث حضور العرض على تجار الأثاث ومصممي الديكور الداخلي عند عرضها لنماذج صناعة الأثاث . وكذلك الحال بالنسبة لمصممي الملابس ومصنعيها الذين ربما قصروا حضور العرض على مسئولى المشتريات في محلات بيع الملابس ، وربما قصر المعرض التجاري حضوره على بعض النوعيات من الناس ، ثم بعد ذلك يقوم بفتح باب الحضور للجميع . وربما اقتصرت مدة المعارض التجارية على يوم واحد وربما استمرت أسبوعاً . وعادة ما تكون المعارض خلال أيام الأسبوع في أوقات العمل العادية . أما المعارض التي تكون مفتوحة للجمهور فتعمل عادة حتى الساعة ٩ أو ١٠ مساءً ، وتزافتها حملة إعلانات كبيرة ، وربما نُظِم افتتاح كبير أو مؤتمر صحفي أو حفل استقبال للشخصيات المهمة . وفي أحيان كثيرة يتم استدعاء شخصيات فنية مشهورة لاجتذاب حضور أكبر . كما يتم استخدام وسائل دعائية لاجتذاب الحضور مثل توزيع هدايا كالبالونات ، أو تقديم عروض فنية في أرض المعرض باستخدام المهرجين .

ومن الواضح أن إقامة المعارض التجارية نشاط يحقق أرباحاً ، ولأن العارضين يدفعون مقابل عرض منتجاتهم فهم يتوقعون إعلاناً ممتازاً عن المعرض وإدارة ممتازة له . وتتطلب إدارة المعارض أشخاصاً لهم القدرة على الاهتمام بالتفاصيل والتنظيم ، وكذلك التصميم والهندسة ومهارات التفاوض .

العروض التجارية المصغرة :

وتسمى هذه أحياناً بمعارض الغرف أو الأسواق الصغيرة . وفيها يقوم بانعون لمنتجات متشابهة باستئجار غرف في فندق حيث يعرضون منتجاتهم . وقد تكون الدعوة لحضورها عامة ، أو مقصورة على أناس محددين . وبالصبح فهناك حد لما يمكن عرضه في معارض الغرف هذه ، ومن الأمثلة على البضائع التي تعرض : السجاد المسود ، والأزياء ، والفراء ، والأعمال الفنية .

نشاطات الفصل :

اطلب من أحد الملاك أو العاملين في أماكن إقامة الاجتماعات (الفنادق . صالات العرض . مراكز المؤتمرات) أن يدعك تبحث في أسماء الاجتماعات التي استضافوها . اسأل مكتب المؤتمرات والزوار عن قائمة الاجتماعات المقبلة . ومن هذه المعلومات أجب عن الأسئلة التالية

- ١ - ما هي أكثر الأسماء شيوعاً للاجتماعات ؟
- ٢ - اكتب أرقام الأشخاص المتوقع حضورهم لكل اجتماع [مثال : الاتحاد التعاوني لمئلى المبيعات الأمريكيين (٦٥) ، مؤتمر منتجى اللحوم لشرق ووسط أمريكا (٥٠٠)] .
- ٣ - هل هناك ارتباط بين اسم الاجتماع وعدد المشاركين فيه ؟

الفصل الرابع

تخطيط برنامج الاجتماع

عند إنهائك هذا الفصل ستكون قادراً على :

- ١ - تعريف مكونات برنامج الاجتماع وشرح كيف يمكنها تحقيق الأهداف العامة للاجتماع .
- ٢ - تخطيط سرعة وسير الاجتماع .
- ٣ - عمل التحضيرات اللازمة للمتحدثين .
- ٤ - إعداد برنامج للاجتماع .

في هذه المرحلة من عملية تخطيط الاجتماع لديك المعلومات التالية :

- ١ - المنظمة التي سترعى الاجتماع .
- ٢ - الهدف من عقد الاجتماع .
- ٣- نوع الاجتماع الذي سيعقد .
- ٤ - عدد المشاركين المتوقع حضورهم الاجتماع .

يجب إعادة النظر وتحليل وشرح أهداف الاجتماع وأغراضه ، ويجب عليك الآن إعداد برنامج مبدئي للاجتماع ، وهذا البرنامج المبدئي يوضح : الوقت التقريبي لفترات الاجتماع ، تخطيط خدمات الأكل والشرب ، ثم النشاطات في وقت الفراغ ، والحاجات في مجال الترفيه ، كما يمكنك كذلك تحديد حجم وعدد قاعات الاجتماع اللازمة ، إن كل جزئية من البرنامج لها تكلفة يمكن تقديرها بواسطة البرنامج المبدئي ، وذلك حتى يتسنى تحديد ميزانية للاجتماع .

كما يجب أن يعمى البرنامج المبدئي - الذي قمت بإعداده - أفضل تقديرائك حول مكونات البرنامج التي ستساعد في تحقيق أهداف الاجتماع ، مثل : تقديم منتج جديد ، ودعوة المدير العام لإلقاء كلمة الافتتاح ، ومراجعة الميزانية ، وتجهيز حملة إعلانات العام القادم ، وعقد دورة تدريبية عن أساليب البيع الناجحة ، كل ذلك يدخل ضمن مكونات البرنامج التي تساعد على تحقيق أهداف الاجتماع الدقيقة .

والشكل التالي يوضح كيف يمكنك أن تربط أهداف الاجتماع وطرقه بعملية وضع البرنامج المبدئي ، عليك بتقدير الوقت الذي يتطلبه كل نشاط ، فعلى سبيل المثال ، قد يتطلب حفل استقبال ساعة واحدة ، بينما يتطلب حفل عشاء تكريمي ثلاث ساعات .

وليس من أهداف البرنامج المبدئي في هذا الوقت أن يحدد بشكل دقيق عناوين الكلمات أو الحاضرات ولا أسماء المتحدثين . لكن الهدف هنا هو التعرف على الاحتياجات العامة للبرنامج ، وتخصيص الفترات الزمنية لذلك ، وإيضاح طرق التقديم ،

الوقت المقدر	الطريقة	الهدف
ساعة واحدة .	اطلع على إعلانات حربية .	إثارة حماس العاملين في التسويق .
يومين .	حفل عشاء .	مكافأة الأشخاص لثروتهم المربحة .
ساعة ونصف الساعة .	ضييف مدائن . فريق من المتحدثين .	التدريب على التبييض .
نصف يوم .	انرس في النادي . رحلة طبع في الخارج .	بناء لفريق .

حجم الاجتماع :

إن عدد الأشخاص المتوقع حضورهم الاجتماع هو المفتاح الرئيسي في عملية اتخاذ القرار حول نوع الاجتماع الذي سيعقد والتسمية المناسبة له ، وبالنسبة فإن اجتماع ستة فقط من ممثلي المبيعات في المنطقة لا يمكن تسميته مؤتمراً ، وفي حالات نادرة لا يتم عمل معرض لعشرة أشخاص .

وكما أوضحنا في الفصل الثاني ، فإن النطاق الجغرافي للمجموعة يعطى بعض المؤشرات عن عدد المشاركين المحتملين ، فمثلاً من المحتمل أن يكون اجتماع على مستوى الولاية أصغر من اجتماع على المستوى القومي . ومع هذا فإن تاريخ الاجتماع هو أفضل دليل على عدد الحضور الذين يتوقع مشاركتهم . فبعض المنظمات ربما تتوقع أن يحضر (٩٥٪) من أعضائها الاجتماع ، بينما ربما يتوقع البعض الآخر حضور (١٪) من كامل أعضائها . وتوفر مقارنة أرقام الحضور في اجتماعات مماثلة معلومات مفيدة .

يتحدد الإقبال على البرنامج بطبيعة الموضوعات المطروحة ، ونوعية المتحدثين ، فاجتماع بحوى مواضيع حيوية ومتحدثين وشاهادات مشوقة يجذب أعداداً كبيرة . كما يؤثر مكان الاجتماع كذلك على الحضور ، فقرب مكان الاجتماع وسهولة الوصول إليه من عدد كبير من الأعضاء يزيد عدد المشاركين . فمثلاً تقدم المدن السياحية كمدينة نيو أورليانز إغراءات كثيرة للمشاركين ، مما سيجذب أناساً أكثر لاجتماع فيها أكثر مما لو عقد الاجتماع في بلدة صغيرة في الوسط الغربي ، وأيضاً سهولة الوصول إلى

مكان الاجتماع (مثل وجود رحلات دون توقف بين مطارات المدن مقارنة برحلات قهبا توقف وناخير) هي عامل آخر من العوامل التي تحدد درجة الإقبال على الاجتماع . وستتم معالجة اختيار مكان الاجتماع في الفصل الخامس .

وبقوم الحكومات والشركات - خلال أوقات الركود الاقتصادي - بتخفيض ميزانية السفر بشكل كبير . وفي هذه الحالة ستظهر إحصائيات المشاركين مبطناً ملحوظاً . فإذا قامت منظمة مماثلة بالإعلان عن اجتماع ينافس على نفس المشاركين فإن أرقام الحضور ستكون أقل عما هو متوقع .

ويأخذ كل هذه الاعتبارات في الحسبان . فإنه يجب على مخطط الاجتماع وإدارة المنظمة وضع تقدير تقريبي لعدد المشاركين المتوقع حضورهم هذا الاجتماع . وستعتمد كل قرارات التدريب في تخطيطها على تقدير عدد المشاركين .

طول الاجتماع :

كم من الوقت يلزم لتحقيق أهداف الاجتماع ؟ يبلغ متوسط طول الاجتماع من (٦ - ٤) أيام . بالطبع قد تستغرق بعض أنواع الاجتماعات وخصوصاً التدريبية وقتاً أطول (ربما عدة أسابيع) . بينما تستغرق أنواع أخرى من الاجتماعات مدة أقصر (ربما كاثب ساعتين فقط) .

ويجب أن يشمل جدول الاجتماع فترات المداولات والاستراحات . وأحياناً الوجبات . تستمر فترات الاجتماع الواحدة (٥-٠) دقيقة تقريباً . وبعد فترتين بهذا الطول يجب إعطاء المشاركين استراحة يتكثون خلالها من تلبية عضلاتهم . وإجراء مكالة سريعة . أو يتناولون بعض المرحبات . وتختلف فترات الاستراحة من عشر دقائق (كوقت لتناول فنجان من القهوة) إلى حفل استقبال فخم تقدم فيه مشروبات فاخرة . ويجب منح فترة ساعة واحدة على الأقل لأبسط وأقل الوجبات . كما يجب تخصيص وقت للتنظيم أو إعادة تنظيم غرفة الاجتماعات . وإعداد المداولات . ويلزم أيضاً تخصيص بعض الوقت لمشاهدة المعارض . بالإضافة إلى وقت الفراغ والنسلية خلال كل اجتماع . ويشمل رحلة نزهة ليلية . أو يتم إدراج حفلة جماعية (في مسرح ونحوه) ضمن وقت الفراغ .

جلسة الافتتاح :

إن بُعد مكان الاجتماع عن أغلبية المشاركين ، وتوفر وسائل المواصلات تؤثر على وقت الجلسة الافتتاحية للاجتماع . وتقوم بعض شركات الطيران بعمل تخفيضات على الرحلات من يوم الثلاثاء إلى يوم الخميس . ومعظمها تمنح سعراً خاصاً للتذاكر عند البقاء في جهة ما لما بعد ليلة السبت . (معظم المشاركين لا يرغبون في اجتماع يعقد نهاية الأسبوع) . إن ابتداء الجلسة الافتتاحية الساعة التاسعة يبني على افتراض أن جميع المشاركين يقطنون في مكان عقد الاجتماع . وأنهم تمكنوا من الحضور على رحلات مبكرة ، أو أنهم وصلوا قبل يوم أو ليلة من موعد الاجتماع .

إذا كان مكان الاجتماع قد تم تحديده ، فإن نظرة إلى المعلومات المتوفرة عن المشاركين ستوضح من الوقت يلزمهم في السفر ليصلوا إلى مكان الاجتماع . ربما كان النشاط الأول في الاجتماع حفل استقبال يقام في الليلة التي تسبق الجلسة الافتتاحية . وهذا يعطي من حضروا فرصة الالتقاء مع بعضهم . ولكن لا تنس أن ذلك يكلف مصاريف إقامة الليلة إضافية . وافتتاح الاجتماع ظهراً مع تقديم وجبة غداء الساعة الثانية هو بديل آخر .

تحديد وقت جلسات الاجتماع :

إن تجاوز أحد المتحدثين الوقت المخصص له بعشرين دقيقة من الممكن أن يسبب اضطراباً في سير الاجتماع ، فالغداء قد يبرد ، والمتحدث الذي يليه سيتضايق ، لذلك يجب تعيين رئيس أو منسق لكل جلسة . وتكون مهام هذا الشخص هي : تقديم المتحدث ، والإشراف على الأجهزة السمعية البصرية ، وتوزيع مواد البرنامج ، وإشعار المتحدث عند نهاية الوقت المخصص له . ويقوم بعض المنسقين باستخدام جرس أو ضوء على منصة الخطابة لإشعار المتحدث بأن وقته قارب الانتهاء . وسيتم في الفصل العاشر مناقشة إدارة الجلسات .

بعد ست ساعات من الجلوس والاستماع ، ننضال استنفادة من يحضرون الاجتماعات من المادة المقدمة . ولكن ليس من المستغرب التفكير في تقديم ما يعادل ثماني ساعات من المواد في اجتماع واحد ، وقد يمتد اجتماع اليوم الواحد مع الوجبات والاستراحات بسهولة لتصبح مدته يومين .

تذكر أن الاجتماع استلزم الوقت والمال ، والمشاركون والراعون للاجتماع يريدون أن يلمسوا أنه مفيد ، فإذا كانت ست ساعات هي ما يكفي لتحقيق أهداف الاجتماع ، فإن اجتماعاً لمدة ثلاثة أيام سيقلل من الشعور بالإنجاز ، من جهة أخرى فإن الاجتماع القصير جداً سيعطى للمشاركين انطباعاً بعدم الشعور بكثير من التغير لفصل لمدة .

تذكر أن أكبر تكلفة للمشاركين في الاجتماع هي الوقت الذي كانوا فيه بعيدين عن أعمالهم . فعلى سبيل المثال ، في حالة غياب المدرسين عن مواقعهم ، فإنه يجب جلب مدرسين احتياطيين . والأطباء والمحامون وأطباء الأسنان يفتقدون دخلاً عندما يتغيّبون عن مكاتبتهم . وإذا كان معدل مبيعات مندوب مبيعات صفقتين يومياً ، فإن حضوره لاجتماع لمدة يومين يعني أن الشركة ستفقد أربع فرص ربما كانت تساوي آلاف الدولارات .

تنظيم سير الاجتماع :

تساعد المعلومات المتوفرة عن المشاركين مضطلي الاجتماع في تحديد معدل سير الاجتماع . حتى في القرارات البسيطة مثل تحديد طول استراحات القهوة ، فإن مخطط الاجتماع يحتاج إلى أن يضع في ذهنه نوعية المشاركين في الاجتماع .

راجع التبعة المتوفرة عن المشارك التقليدي في هذه الاجتماعات للخروج بتصوير عن سرعة سير الاجتماع ، فالشباب تكون فترة انتباههم قصيرة ، ولهذا ربما جعل المخطط المحاضرات قصيرة والمادة محددة . والأشخاص الأكبر سناً ربما احتاجوا إلى المزيد من الحركة ، وفي هذه الحالة ربما احتاج المخطط إلى وضع فترات استراحة متعددة ، أو أن تجول الجلسات في قاعات مختلفة حتى لا يستقر المشاركون على كرسي واحد طوال اليوم .

من بين المعلومات عن المشارك التي لها أيضاً علاقة بسير الاجتماع ، المسافة التي قطعها المشاركون لحضور الاجتماع ، وما إذا كان المشارك قد أحضر زوجته أو بعض المرافقين . في بعض الاجتماعات يجب تخصيص وقت للمديرين وممثلي المبيعات للاتصال بمكاتبهم . وإذا كانت الحالة كذلك فيجب أن يأخذ جدول الاجتماع في الاعتبار فوارق التوقيت المحلي . فعلى سبيل المثال ، فإن شخصاً من (كاليفورنيا)

يجب، راجعاً في (نيويورك) لا يحتاج إلى ساعة للاستراحة هي العاشرة صباحاً ؛ وذلك لأن الوقت في الساحل الغربي هو الساعة صباحاً ، ومن غير المحتمل أن يكون زملاؤه في العمل، متواجدين في مكائهم .

كذلك يجب مراعاة درجة صعوبة المادة وتعقيدها عند تنظيم سير الاجتماع . فإذا كانت المادة المقدمة تتطلب الكثير من الجهد والمناخبة من المشاركين ، فإن الحاجة تدعو إلى إضافة الكثير من الاستراحات وفترات الأسئلة والأجوبة . ويجب على مخطط الاجتماع مراجعة مواد البرنامج للخروج بدلائل تساعد في تحديد سير الاجتماع .

وثمة عامل آخر يؤخذ في الاعتبار عند تحديد سير الاجتماع هو التكلفة . فيجب على مخطط الاجتماع أن يأخذ في الاعتبار مرة أخرى التكلفة غير الظاهرة - وهي الوقت بعيداً عن العمل - وهي عالية التكلفة لكثير من المهن ، وبعض المجموعات يكون هدفها من الاجتماع هو الاستغراق في التدريب وتبادل المعلومات بقل كلفة من الوقت والمال . وربما يرغبوا في بدء اجتماعاتهم في الصباح الباكر ، وأن يستمروا في جلسات عمل بعد العشاء . ومن ناحية أخرى فإن معظم اجتماعات مجموعات الهوايات تضم مشاركون يدفعون بأنفسهم التكاليف ؛ لأنهم يرغبون في تطوير هواياتهم . وربما استمتعوا بمعدل سير أبطأ تتخلله نشاطات فراغ متعددة . فيجب على مخطط الاجتماع أن يكون حساساً للتكلفة في الوقت والمال التي سينجم عنها هؤلاء المشاركون لكي يحضروا الاجتماع .

مكونات البرنامج :

تتضمن معظم الاجتماعات نشاطات رئيسية أربعة هي : جلسات الاجتماع ، وخدمات الأكل والشرب ، والمعارض التجارية ، ونشاطات وقت الفراغ ، وربما حوى اجتماع مختصر مدته ساعتان أو ثلاث ساعات جلسة أو جلستين مع فترة استراحة لتناول القهوة . ولكل جزئية من مكونات البرنامج تكلفة . فمثلاً لقاءات النشاطات عادة تكلفة ، وسيقوم معظم الملاك بعدم احسساب أو بخفض هذه التكاليف إذا دفع القاتمون على الاجتماع فيم استنجاز عدد مناسب من الغرف . فإذا حضر (٢٠٠) شخص اجتماعاً مدته أربعة أيام ودفعوا إيجار الغرف لألف ليلة ، فإن الفندق ربما

أعقابه من دفع تكاليف قاعات الاجتماعات . وإذا تم شراء الوجبات للاجتماع ، فربما لم تحتسب تكلفة استئجار القاعات ، وبالتأكيد فإن الأكل والمشروبات يكلف مالا . وهناك تكلفة للأجهزة السمعية والبصرية ، كما أن المتحدثين المهنيين ومقضى نشاطات الترفيه يجب أن يُدفع لهم . وعند تخطيط البرنامج يجب تقدير جميع هذه التكاليف . وعمل ميزانية . وربما تحديد رسوم التسجيل بناءً على هذه التكاليف .

جلسات الاجتماع :

يبدأ اللقاء الأول بجلسة شاملة تضم كل الأعضاء ، حيث يلتقى الجميع ، ثم يتوزع المشاركون إلى مجموعات صغيرة . والبرنامج المثالى للاجتماع يوفر هذين النوعين من الجلسات . ويصل الاهتمام قعنه حين يكون هناك خيارات مختلفة . ومن وجهة نظر جسمية (فسيولوجية) ونفسية . فإن الجلسة العمومية ، إذا امتدت لست ساعات واحتوت على متحدثين يقومون فقط بالحاضرة ، فإنها تنافى بالتقييم الذى يخشاه مخطط الاجتماع كثيراً وهو "ملة" .

- الجلسات العامة :

يمكن معالجة بعض نشاطات الاجتماعات فى الجلسات العامة . وتشمل الجلسات العامة جلسة الافتتاح التى تسمى "الترحيب" ، وتمثل محتويات جلسة الافتتاح أحد أهم الأمور التى تواجه مخططي الاجتماع . وإذا كان الحاضرون مجتمعين لمعالجة مواضيع حساسة للمنظمة ، فإن ترحيباً مخلصاً يتبعه ملخص للمهمة للقاء فى الاجتماع يتولى تقديمه شخص ذو منصب قيادى كبير سيكون أكثر فعالية . لكن اجتماعات أخرى ستكون بداياتها جيدة إذا قام المتحدث محترف لديه وجهة نظر شيقة حول موضوع يحظى باهتمام واسع بالتحدث للمجموعة . وفى كل الأحوال فإن الجلسة الافتتاحية ستحدد نمط الاجتماع مهما كان . سواء أكان ورشة عمل ليوم واحد ، أو مؤتمراً مدته ثلاثة أيام . ولهذا فإن محتوى جلسة الافتتاح يجب أن يكون مرتبطاً بموضوع البرنامج .

وعادة ما تكون الجلسة الختامية على هيئة حفل عشاء تنصده بعض الكلمات ، ويختتم بمنح الجوائز ، وهى هامة لأنها تعطى الانطباع النهائى عن الاجتماع .

وعادة تتطلب مناقشة بعض المسائل التنظيمية حضور جميع المشاركين جلسة عامة لانتخاب مسئولين أو التصويت على بعض الأنظمة ، وهذا ربما قام سكرتير المنظمة بقراءة محضر الاجتماع السابق ، وربما قدم أمين الصندوق تقريراً ، وأحياناً يتطلب التصويت على هذه الموضوعات توفر النصاب القانوني .

في العادة يقوم متحدث رئيسي بالتحدث في الجلسة العامة ، وربما كانت هناك أسباب أخرى لطلب جميع المشاركين عقد الجلسة العامة ، مثل تقديم منتج جديد ، أو انتخاب قائد جديد للمنظمة .

- الجلسات الفرعية :

تعقد الجلسات الفرعية لأغراض تعليمية ، أو تدريبية ، أو لتبادل المعلومات . وتكون أكثر مناسبة من الجلسات العامة . ويستطيع المجموعة الصغيرة استيعاب المعلومات بسهولة ، كما تعطي القاعات الصغيرة ميزة بصرية ، على سبيل المثال فإنه باستطاعة المشاركين - بعد جلسة افتتاح جرى فيها مناقشة موضوع عام - الاختيار بين ثلاث جلسات فرعية حول موضوعات مرتبطة بالموضوع العام ، وبالإمكان تكرار الاجتماعات الفرعية عدة مرات خلال مدة المؤتمر حتى يتاح لكل المشاركين الفرصة لحضورها .

ويمكن تسمية الجلسات الفرعية بـ "ورش العمل" أو "المائدة المستديرة" . إن عقد ورشة عمل يعطي انطباعاً بأنه سيتم تعليم وتطبيق مهارة . وتقام جلسات المائدة المستديرة لمجموعات صغيرة مهمتها تبادل الأفكار حول موضوع معين ، ولكن في كثير من جداول برامج الاجتماع يتم ببساطة تسمية الجلسات الفرعية بـ "الجلسة الأولى" أو "الجلسة الثانية" وما شابه ذلك ، أو ربما سميت حسب الموضوع الذي تعالجه مثل "جلسة الميزانية" .

اختيار المتحدثين :

يجب تقرير ما إذا كان سيدفع لمحدث ، فبعض الناس يتعيشون من إلقاء المحاضرات ويطلبون رسماً محدداً سلفاً . في حين أن بعض المتحدثين يتشرفون بأن يتحدثوا إلى المجموعة مجاناً ، وعادة ما يغطي المسؤولون عن الاجتماع مصاريف المتحدث كالسفر والإقامة ، وكثيراً ما تُقدم له هدية أو منحة .

وعندما تحاول أن تجلب مشحداً مناسباً لكون تكلفة كُن مبدعاً ، إن الزبائن الراضين عن الشركة أو الأشخاص الذين استغاثوا من عضوية الجمعية يمكن أن يكونوا متحدثين ناجحين ؛ لأنهم يعطون شهادات قيمة في حق الشركة أو الجمعية . كما أن الأعضاء الذين لهم هوايات تتماشى مع مجال عمل الشركة أو الجمعية يمكن أن يقدموا كلمات مشوقة . ويمكن العثور على بعض المواهب الناشئة بين المجموعات التي تعقد اجتماعات ، ويمكن أن يصبح أصحاب المواهب مصدراً جيداً للتعليم والترفيه ، ويسعد مكتب المؤتمرات والزوار بتوفير متحدث يرحب بالمجموعة في المدينة أو المنطقة .

ربما كانت خبرات موظف خيمة مدينة مصدراً لمعلومات قيمة لأعضاء الجمعية . ولا تطلب المؤسسات الحكومية رسوماً مقابل تقديم متحدثين ، خاصة إذا كانت المؤسسة الحكومية المعنية تنتفع أو تسيطر أو تؤثر على بعض جوانب نشاطات المنظمة . فعلى سبيل المثال فإن إدارة الضرائب ربما قامت بتوفير متحدث حول بعض التعديلات الجديدة على أنظمة الضرائب لاجتماع محاسبين عامين مجازين . وربما قدم أحد موظفي إدارة الممتلكات معلومات قيمة لاجتماع للمهتمين بالطبيعة .

ويطلب من المتحدث المحترف أو الشخصية المرجعية تقديم الكلمة الرئيسية أو غيرها من الكلمات . ومن الممكن أن يكون هؤلاء ممثلين لجهات سياسية بارزة ، أو مؤلفين مشهورين ، أو متخصصين في الدعاية والإعلان . ويطلب المتحدثون المشهورون أحياناً أكثر من (٢٥.٠٠٠) دولار للظهور مرة واحدة . ويسعد مكاتب المتحدثين ومديرو أصحاب المواهب كثيراً أن يقدموا اقتراحات حول المتحدثين المحترفين المناسبين لاجتماع ما .

ويحتاج المتحدثون المحترفون مصاريف تشمل مصاريف المواصلات والإقامة والأكل والمصاريف التثوية . ويمكن في بعض الأحيان توفير المال عن طريق توزيع التكلفة على مشاركات المتحدث الأخرى . ويمكن تقاسم مصاريف السفرات بين جمهورين مختلفين . ويجب أن تكون العقود مع المتحدثين المحترفين مفصلة . فيلزم أن توضح : الوقت ، المكان ، الرسوم ، والمصاريف المدفوعة ، والاحتياجات من الأجهزة السمعية والبصرية ، ومتطلبات تجارب العرض ، والاحتياجات الأمنية ، وشروط الإلغاء . وعادة

ما يكون من المناسب تكليف محام ذي خبرة بإعداد أو مراجعة هذه العقود قبل توقيعها . وتوجد بدائل عديدة بين المتحدث الذي يتبرع بوقته والمتحدث الذي يطلب مبلغاً مكوّناً من خمسة أرقام . وهناك كثير من الأشخاص ذوي الخبرة في مجال محدد يمتنون صناعة الحديث ويقومون بتقديم الحلقات كمصدر دخل رئيسي لهم ، وتتراوح رسومهم من (١٠٠-١٠٠٠) دولار للساعة الواحدة . ويقدم هؤلاء الأشخاص نبذة شخصية عنهم وأسماء بعض الأشخاص الذين من الممكن سؤالهم عنهم (وهذا ما يجب التأكد منه) . والوضع المثالي هنا أن يشاهد مخطط الاجتماع شريط فيديو للمتحدث قبل توقيع عقد للانتفاع بخدماته .

طرق التقديم :

يمكن تقديم الجلسات العامة والفرعية بطرق عديدة ، وبعض طرق التقديم تكون أكثر جذياً ونشاطاً من غيرها ، وهذا يعني أنها تتطلب من المشاركين أكثر من مجرد الجلوس والاستماع . والوضع المثالي في برنامج ما هو المزج بين مختلف طرق التقديم .

- الكلمات : تتضمن الكثير من الجلسات العامة حديثاً يقدمه متحدث رئيسي . كما تشمل اجتماعات أخرى شخصاً واحداً يتحدث لمجموعة طيلة الوقت . في هذه الحالات ينحصر دور الحضور فقط في تلقي المعلومات . وتذكر أن الجلوس والاستماع هي نشاطات غير تفاعلية . وإذا لم يتم إشراك الحاضرين في فترات أسئلة وأجوبة أو تكليفهم بالدخول في مشاريع مع جيرانهم فإنهم سيكونون فقط في وضع الاستجابة لما يرون ويسمعون . ويجب أن يبين البرنامج المبدئي الجلسات التي ستحتوي كلمات . بيد أنه ليس من الضروري إبراز أسماء من سيلقى الكلمات في هذا الوقت إلا إذا كان قد تم بالفعل تأكيد حضور المتحدثين . أو في حالة كون المحاضرة هي وحدة البرنامج الرئيسية التي تعتمد عليها بقية عناصر البرنامج .

ومن الممكن أن يتم اختيار الحاضرين من قبل لجنة منظمة ، أو من قبل قيادة المنظمة . أو منسق الجلسة . أو من قبل مخطط الاجتماع . إن اختيار المتحدثين هو أحد أكثر القرارات الخاصة بتخطيط الاجتماعات حساسية : إذ الممكن أن يتوقف عليه نجاح أو فشل الاجتماع . وفي الاجتماعات الكبيرة للشركات والمنظمات يتولى الرئيس

والمدير التنفيذي الإشراف على الاجتماع ، وعادة ما يكون هو الشخص الذي يفتح الاجتماع ويختتمه . أما في الاجتماعات الصغرى مثل : ورش العمل ، والحلقات ، والخطوات فإنه من الممكن أن يطلب من شخص يمثل راعى الاجتماع أو من الشخص الذي سيقوم بتدريب المشاركين تقديم كلمات الافتتاح والختام .

وعادة ما يقوم مقدم الكلمة الافتتاحية (Keynote Speaker) بتقديم الكلمة الختامية وذلك بإعلان الأخبار ومراجعة الاجتماع وإعادة عرض الأفكار الرئيسية التي نوقشت . وربما كانت الكلمة الرئيسية حماسية تحت المشاركين ليزيدوا مبيعاتهم من البضاعة أو ليعضوا منتجاً أفضل ، أو لكي يجمعوا مبلغاً أكبر من المال . ويجب أن يكون المتحدث الرئيسى نشطاً (ديناميكياً) .

ومن الممكن تصوير المتحدث بالفيديو ثم يتم عرض الفيلم على الحاضرين ، وهذا أسلوب غير فعال ، وهناك أسلوب أكثر فعالية منه هو البث التلفزيونى الحى للمتحدث .

ويجب أن ترسل للمتحدثين نماذج بيانات عديدة ومنها نموذج باحتياجاتهم من الوسائل السمعية والبصرية ، والشكل رقم (٤-١) يعطى مثلاً على هذا النموذج . ويقدم الفصل التاسع نموذج عقد أجهزة سمعية وبصرية . كما يحوى الفصل العاشر معلومات عن تكاليف المتحدثين ، والأجهزة السمعية والبصرية ومواصفاتها . ومن ذلك نموذج تسجيل أو تصريح بنشر وقائع الاجتماع إذا كان ذلك جزءاً من الاجتماع . ثم يتم إرسال نموذج تأكيد الاحتياجات من المواصلات والإقامة للمتحدث . ويشمل الفصل الثانى عشر عينة لهذا النموذج . وبمساعدة نموذج الناشر الخاص بالمتحدث (ص ٨٠) على معرفة احتياجات المتحدث .

٨- الأحداث الخاصة والتقديم السمعى : نأخذ بعض جلسات الاجتماع الهالة

التي تحيط عروض التلفزيون الرئيسية . والهدف من ذلك إلهاب مشاعر المشاركين حول منتج أو شخص أو فكرة . وبالتأكيد فإن العروض نفسها تكون مثيرة ، فالراقصون والمطربون والممثلون يمكن أن يشكوا جزءاً من العرض . وهناك شركات تخصص فى إقامة عروض خاصة للاجتماعات . ومن الممكن التنسبى مع صاحب موهبة أو موظف حجوزات لإدخال هذا النوع من الترفيه . وغنى عن القول أن هذه العروض عالية

الكلفة ، فالموسيقى والنصوص قد تحتاج إلى كتابة ، والممثلون والممثلات لا بد من استئجارهم ، والملابس وأثاث التمثيل لا بد من تصنيعها .
وتستخدم العروض السمعية بصرية أكثر من العروض الخاصة . فقبل (٢٥) عاماً كان استخدام جهاز عرض يواجهين يعد عملاً مبتكراً . واليوم ومع أجهزة الفيديو والشاشات ذات الإضاءة الخلفية (Back-lit screens) والكلم الهائل من التقنيات الإلكترونية فإن الإنتاج في المجال السمعي بصرى أصبح أكثر تطوراً . ومرة أخرى ، فإن هناك العديد من الشركات المتخصصة في التقييم السمعي بصرى ، التي يزيد التعاقد معها في تكاليف الاجتماع .

الشكل (١-٤) : نموذج تحديد الاحتياجات من الأجهزة السمعية بصرية

المتحدث :	
موضوعه :	
الانتماء :	
العنوان :	
المدينة/ المنطقة/ الزمن البريدي :	
هاتف العمل () - فاكس () - هاتف المنزل ()	
الرجاء التأكد على الجهاز التي تحتاجه لمحاضرتك ، وأوضح أية احتياجات أخرى :	
() متصلة خطابة على شكل ملوالة .	() متصلة خطابة وفوقها .
() حامل أوراق كثيرة/ لوحة كتابة/ أقلام .	() سبورة طباشير/ أقلام متعدد .
() فيديو عرض .	() شريط لاصق مقاس .
() جهاز (عرض شرائح) ٣٥ ملم .	() جهاز عرض علوي (أوفريد بروجكتور)
() جهاز عرض سينمائي .	() فيلم مقاس .
() أخرى .	
() ملاحظات .	

- **المنظرة (Panels) :** ويمكن استخدام هذه الطريقة في الجلسات الفرعية أو في الجلسة العامة ، وفيها يقوم ثلاثة أو أربعة أشخاص يمثلون وجهات نظر مختلفة بمناقشة موضوع يحظى باهتمام مشترك ، ويمكن عقد حوار بين مجموعتين من المتحدثين الذين يمثلون وجهات نظر متعارضة . ويمكن أن تكون المنظرة فعالة في الاجتماعات حين تقدم فيها مجموعات تعاونت في العمل في مشروع معين ما خرجت به من نتائج .

ويشجع أسلوب المنظرة الحضور على المشاركة ، وتعتمد فعالية المنظرة على أعضاء المجموعة . فإذا كان أحد أعضاء المجموعة متحدثاً غير جيد ، ففي الغالب سيتم تجاهله إذا كان الأعضاء الآخرون أحسن تقديماً . والشكل العام لتقديم مجموعة من المتحدثين المتناظرين هو أن يقدم كل عضو موضوعاً ثم يتلقى أسئلة حوله . ويجب تعيين وسيط لضمان منح المتحدثين الفرصة للتقديم وأن يكون تفاعلهم مع الحضور سلساً .

- **تبادل الآراء في مجموعات صغيرة :** وهي طريقة ناجحة من الطرق الفعالة لإدارة مثل هذه الجلسات . فيتم تقسيم المشاركين إلى مجموعات عمل صغيرة ثم تُعطى مشكلة لحلها . بعد ذلك يقوم أعضاء كل مجموعة بمناقشة ما خرجت به مجموعتهم .

ومن الأمثلة على ذلك وضع ميزانية لنشاط دعائي . فيتم إبلاغ المجموعة أن هناك مبلغ (١٠٠.٠٠٠) دولار ستتفق للإعلان عن منتج . ثم تجتمع كل مجموعة لتقدم أفكاراً حول كيفية استخدام المبلغ في أشكال متعددة للإعلان . مثال آخر ، شركة تأمل أن تجد حلاً لمشكلة التغيب المتكرر لبعض الموظفين ، فيقوم منسق الجلسة بتكليف مجموعات يطرح بعض الأفكار حول تشجيع الالتزام بالحضور .

بالإمكان كذلك استخدام المجموعات الصغيرة لتحديد أولويات نشاطات وأهداف المنظمة . كما يمكن استخدامها لوضع تفاصيل هيكل المنظمة وأنظمتها (مثل : الخروج بأنظمة جديدة) أو مجرد جمع معلومات عن التطورات والتحديات التنظيمية .

– **الاتصال بمساعدة الحاسب :** ربما كانت أحدث طريقة لعقد الاجتماعات هي استخدام الحاسب للتفاعل بين أعضاء المجموعة والمنسق أو المتحدث أو رئيس الجلسة ، بحيث يجلس مشارك أو مشاركون أمام حاسب ويشاركون في تعلم مهارة عن طريق التفاعل مع بعضهم ومع برنامج مذكر على الحاسب ، وفي الحالات الأكثر تعقيداً يقوم المشاركون بالاتصال المباشر مع رئيس الجلسة بواسطة الحاسب .

وإذا كانت المنظمة تواجه مشكلة حساسة أو إذا كان المشاركون مترددين في إبداء آرائهم للآخرين ، فإنه بالإمكان استخدام الحاسب للحصول على إجابات عن بعض الأسئلة مثل : لماذا انخفضت المبيعات بنسبة (٧٠٪) في هذه الفترة ربع السنوية ؟ ، ما هي الأشياء التي يمكن أن نفعّلها من وجهة نظرك لتحسين أوضاع العمل ؟ ، وغيرها . يقوم كل مشارك باستخدام مفاتيح الحاسب لعرض مرفأته ، بعد ذلك يستطيع رئيس الجلسة تقديم تقرير عن أفكار المجموعة . وليكن في معلومات أن التخطيط للتفاعل بمساعدة الحاسب يؤثر بشكل كبير في تحديد مكان عقد الاجتماع .

خدمات الطعام والمشروبات :

تلعب خدمات الطعام والمشروبات دوراً مكملًا في معظم الاجتماعات ، مع أن بعض الاجتماعات لا تشمل وجبات أو استراحات لتناول القهوة أو حفل استقبال في برنامجها الرسمي ، وفي هذا الوقت لا بد لتخطيط الاجتماع أن يقرر ما إذا كانت خدمات الطعام والمشروبات ضرورية ، وأن يحدد الطول التقريبي للوقت اللازم لذلك ثم يقوم بجدولة ذلك في البرنامج ، مع مراعاة أن عدد الوجبات التي يحويها البرنامج يؤثر كثيراً على تكلفة الاجتماع ، وسيناقش الفصل (٦٦) إدارة خدمات الطعام والمشروبات ، ويتعرض بشكل مكثف لبدائل ترتيب الوجبات وقائمة الطعام .

استراحات القهوة :

إذا كان الاجتماع سيمتد لأكثر من ساعتين ، فيتوقع وجود استراحة لتناول المربطات ، وعادة ما تكون هناك استراحتان في الاجتماعات الطويلة ، ومن الممكن تقديم المشروبات في الاستراحات في وقت الظهيرة ، ويجب أخذ هذه الاستراحات في الحسبان عند عمل البرنامج التمهيدي ، ومن القواعد المتعارف عليها إعطاء المشاركين

استراحة مدتها عشر دقائق لكل ساعة اجتماع أو ما يقارب ذلك .

ويعتمد طول فترة الاستراحة على عدد المشاركين في الاجتماع . فنقديم المشروبات لمجموعة كبيرة يأخذ من الوقت أكثر مما يأخذ تقديمها لمجموعة أصغر . ولا تشجع بعض الاجتماعات على إحضار الطعام والمشروبات إلى جلسات الاجتماع .

وفي بعض الأحيان تترك طاولة القهوة مفتوحة طوال اليوم ، بحيث يتناول المشاركون ما يريدون في أي وقت . وربما وضعت المرطبات في جانب من قاعة الاجتماع ، أو قد يتم حجز قاعة مجاورة يستطيع المشاركون فيها تناول المشروبات أو تناول مأكولات خفيفة . وربما شملت خدمة القهوة والمرطبات وبعض أنواع المأكولات ، فالخير المحلى في الصباح ، واليسكويث أو الفاكهة بعد الظهور اختيارات شائعة . وسيناقش الفصل (١١) الاستراحات بشكل موسع .

ويجب على مخطط الاجتماع أن يفكر في العثور على من يرعى تكاليف الاستراحات إذا كان ذلك ممكناً . فمثلاً إذا كان الاجتماع للمتخصصين في مكاتب القانون فربما رحبت شركة بسوق برامج على الحاسوب ذات علاقة بالكاتب القانونية ، أو شركة تقوم بنشر كتب قانونية برعاية الاستراحات ؛ لما يجلب ذلك لها من تعريف وسمعة حسنة . وبكفى وضع ملاحظة في برنامج الحفل أو وضع لوحة على طاولة المرطبات لتقدير رعاية الشركة للاستراحة .

الوجبات :

يجب عند التخطيط للبرنامج تخصيص وقت للوجبات - الإقطار والغداء والعشاء . ولا يهم في ذلك أن تكون الوجبات جزءاً من البرنامج . أو أن يأكل المشاركون على حسابهم ، فالوقت اللازم لذلك لا بد من مراعاته .

وتتيح الوجبات الفرصة لأن تقرر بنشاطات أخرى كالاستماع إلى متحدث أو حتى مشاهدة معرض ، ومن جهة أخرى فإن هناك من يفضل أن لا تشمل الوجبات أي نشاط رسمي . وتتيح الوجبات للمشاركين التعارف ، كما أن كثيراً من النشاطات التجارية تتم بشكل غير رسمي بين المشاركين خلال استراحات تناول الوجبات في الاجتماعات .

- الإفطار :

ليس هناك اتفاق بين مخططي الاجتماعات على تقديم وجبة إفطار كجزء من البرنامج . وعند تقديم الإفطار مع إضافة قيمته إلى قيمة الاجتماع ، يكون عدد الحضور قليلاً ، لأن كثيراً من الناس يفضلون تناول الإفطار في غرفهم . ويقوم الفنادق بتقديم خدمة الإفطار في الغرف كجزء من إيجار الغرفة ، وعندها لا يقدم معظم الإفطار كجزء من البرنامج . وعند تقديم إفطار خفيف (Continental Breakfast) (يشمل القهوة وعصير الفاكهة والخبز المحلى) ، فإن من المرجح أن يحضر كثير من المشاركين بعد نهاية الوقت المخصص للإفطار .

- الغداء :

تعتبر وجبة الغداء أكثر الوجبات تقديماً في الاجتماعات (غير الاستراحات) . ومن الأفضل إبقاء المشاركين في مقر الاجتماع إذا كان الاجتماع يشمل جلسات في الصباح وبعد الظهر .

- العشاء :

في بعض الأحيان يقوم منظم الاجتماع بتقديم الوجبة المسائية ، وفي أحيان أخرى يترك للمشاركين حرية الاختيار في تناول وجبة العشاء . ومن التقاليد المتبعة في الاجتماعات الطويلة أو المكثفة تقديم وجبة عشاء مع أختتام الاجتماع .

وخلال الاجتماعات المكثفة يكون من الأجدى الابتعاد عن بيئة الاجتماع في وجبة العشاء . وقد يكون من المستحب اصطحاب الحضور المبني آخر مثل مطعم محلي . ولا بد بالطبع من أخذ المواصلات بعين الاعتبار عند التخطيط للوجبات بعيداً عن مقر الاجتماع .

حفل الاستقبال :

كثيراً ما يكون حفل الاستقبال أو تقديم المشروبات والأكالات الخفيفة جزءاً من برنامج الاجتماع . ومن الممكن إقامة هذا الحفل مع المعارض ، كما يمكن أن ترعاه منظمة أخرى غير المنظمة التي ترعى الاجتماع . وإذا كان الأمر يتطلب ترتيبات رسمية فيجب تخصيص ساعة واحدة بعد الجلسة الأخيرة ليتسنى للمشاركين أن تغيير

ملايسهم وأخذ قسط من الراحة . ويجب أن لا تتعدى مدة حفل الاستقبال ساعة واحدة .
ولمزيد من المعلومات عن حفل الاستقبال ارجع إلى الفصل (١١) .

المعارض والعروض التجارية :

يجب تخصيص وقت كافٍ لمشاهدة المعرض الذي يعقد كجزء من المؤتمر . وإذا تم الجمع بينه وبين جزئية أخرى من البرنامج - مثل الغداء - فيجب في هذه الحالة تمديد الوقت المخصص لتلك الجزئية . وكلما توسع نطاق المعرض وزاد السعر الذي دفعته الشركات للمشاركة فيه . فإن الوقت المخصص للمشاهدة لا بد أن يزداد . وإذا انعقد المعرض في مكان خارج المقر فلا بد من مراعاة تكلفة المواصلات ، ويقدم الفصل الثالث نقاشاً تفصيلياً حول ذلك .

نشاطات وقت الفراغ :

بعد تقدير أقل وقت تستغرقه جلسات الاجتماع واستراحات القهوة وحفل الافتتاح ، يجب أن يقدر مخطط الاجتماع حاجة المشاركين لوقت الفراغ . ومن القواعد المتعارف عليها أن يتم منح المشاركين وقت فراغ (استراحة) فترة صباح كامل أو فترة ما بعد الظهيرة . وذلك عقب كل ثلاثة أيام من الاجتماعات . ومرة أخرى فإن المعلومات عن المشاركين ستساعد على معرفة ما هو الأنسب للمجموعة ككل ، وستوفر أهداف الاجتماع معلومات هامة بهذا الخصوص . فمثلاً سيحتاج وكلاء السفريات وقتاً ليكتشفوا المنطقة التي يقام فيها اجتماعهم ليتمكنهم تقديم توصيات للمسافرين حول تسهيلات الإقامة والمناطق الجذابة في تلك المنطقة . أما كبار المديرين ، منظرًا لضيق وقتهم وأهميته وحرصهم على إنجاز الاجتماع ، ربما لا يهتمون بزيارة متحف عالمي لا يبعد عن مقر الاجتماع سوى أمتار قليلة .

ونظرًا لأن كثيراً من الناس يحتسبون تكلفة حضورهم الاجتماع كمصروف عمل ، فإن على مخطط الاجتماع أن يكون على علم بأنظمة مصلحة الضرائب الخاصة بمصاريف العمل . ومصلحة الضرائب صارمة في قياس طول وقت الفراغ مقارنة بوقت العمل لتقرير السماح بخصم مديريي المصاريف العمل . ويوضح الشكل (٤-٢) هذا النظام ، ومن العبارات التي تظهر كثيراً في نشرات الجولات السياحية عبارة "بعد الظهر فراغ" .

وإذا كنت في جولة سياحية ، فهذا يعني أنه ليس هناك شيء مجبول بعد الظهر .
أما إذا كنت في اجتماع ، فذلك يعني أنك أخيراً ستحصل على فترة راحة لتستطيع
زيارة المدينة ، أو لتصل بمقر عملك ، أو لتراجع .

إن التجوال في المدينة التي ينعقد فيها المؤتمر نشاط طبيعي في وقت الفراغ ،
وخصوصاً إذا كان المشاركون في الاجتماع من خارج المنطقة . ويمكن أن يقوم مخطط
الاجتماع بتنظيم مثل هذه الجولات ، أو أن يزودهم بمعلومات تساعدكم لعمل حجوزات
مع منظم جولات . كما يمكن تنظيم رحلات جانبية خارج المدينة المنعقد فيها المؤتمر ،
مثل قيام المشاركين بمؤتمر في مدينة (دنفر) برحلة لنصف يوم لزيارة قمة (بايك) ، أو
زيارة المتاحف أو المتاحف ، أو الذهاب للأسواق ، فكلها أمثلة تدخل في هذا الإطار .

الشكل (1-2) تعليمات نظام مصلحة الضرائب فيما يخص الخصم الضريبي على تكاليف الاجتماع

[الجزء ٢٧٤]

الجزء ٢٧٤ : عدم خصم بعض مصاريف الترفيه ونحوها ، والتفقات .

[الجزء ٢٧٤ (أ)]

(أ) الترفيه والتسلية أو الاستجمام .

١ - بصفة عامة ، لن يسمح بأية إعفاءات ضريبية تحت هذا البند لأي عنصر .

أ - النشاط : فيما يتعلق بأي نشاط من النوع الذي يعتبر عادة ترفيهياً أو تسلياً أو
استجماماً إلا في حالة أن يثبت دافع الضرائب أن ذلك العنصر مرتبط بشكل مباشر بعمل جاد ،
أو في حالة أن يسبق أو يلي مباشرة نقاشاً حقيقياً مكثفاً فيما في ذلك اجتماعات العمل في
مؤتمر أو ما شابهه) ، وأن ذلك العنصر مرتبط بعمل دافع الضريبة .

ب - التسهيلات : من المتوقع أن تستخدم بعض التسهيلات فيما يرتبط بالنشطة واردة في
الفقرة الفرعية (أ) .

تشمل نشاطات شغل وقت الفراغ : الذهاب إلى انسرحيات ، مشاهدة الأعمال الفنية ، وحضور حفلة موسيقية ، والترفيه بعد العشاء امر مرحوب دائماً من المشاركين ، يعكس الاستماع إلى متحدثين في فترة ما بعد العشاء .

ممارسة الرياضة والأنشطة الترفيهية هي نشاطات مفضلة لوقت الفراغ ، ومن الممكن اصطحاب المجموعة لمشاهدة حدث رياضي أو المشاركة في إحدى الرياضات .

وإذا كان الاجتماع منعقد في مرفق سياحي فإنه سيتوفر للمشاركين ممارسة السباحة ولعب الجولف والتنس ، ولكن لاحظ أن المرفق السياحي ربما فرض بعض الرسوم على المشاركين الذين يرغبون في استخدام تلك الخدمات . وتقسيم المجموعة إلى فرق وتنظيم مسابقة رياضية يوفر نشاطاً منظماً لوقت الفراغ . ويقدم الفصل (١٢) معلومات أخرى حول نشاطات وقت الفراغ والبرامج الجانبية والجولات التي تسبق وتلحق الاجتماع .

وتضيف نشاطات وقت الفراغ الكثير لتكلفة البرنامج . وفي حالة التفكير في جعلها جزءاً من البرنامج ، عليك أن تحدد ما إذا كانت المشاركة في هذه النشاطات اختيارية ، أو أن كلفتها ستضاف إلى رسوم التسجيل .

وسوف يتغير البرنامج عدة مرات . فربما لا يستطيع المتحدثون الحضور ، وربما تبرعت منظمة خارجية باستضافة الحضور على وجبة ، وربما سجل (٢٠) شخصاً إضافياً ولم يكن ذلك في الحسبان ، ولكن في غالب الأحوال ستبقى فترات الوقت مماثلة للفترات التي تم تحديدها من قبل .

نموذج تأخير المتحدث

.....	اسم المتحدث
.....	اسم المنسق
.....	يوم وتاريخ تقديم الكلمة
.....	الوقت المقرر لتقديم الكلمة
.....	أهداف الكلمة
.....	عنوان الكلمة
.....	الاحتياجات السمعية والبصرية
.....	احتياجات السفر
.....	تاريخ الوصول
.....	تاريخ المغادرة
.....	حجوزات السفر التي تمت
.....	ترتيبات الإقامة
.....	الاحتياجات الأمنية
.....	تجربة مراجعة الأداء
.....	المعلومات الشخصية التي استلمت
.....	استلام إذن تسجيل الوقائع
.....	استلام المواد للاستئناس

نشاطات الفصل :

ستعقد جمعية مقاولي الجاكوزي اجتماعها السنوي لمدة ثلاثة أيام . وتم اختيار مدينة كليفلاند مكاناً له . وسوف يحضر نحو (٣٠٠) شخص تقريباً من (٤٠) ولاية . (٦٥٪) منهم من النكور الذين تتراوح أعمارهم بين (٣٠ - ٦٠) عاماً . ويملك أغلبهم أعمالهم ، ويتراوح دخلهم بين ٤٠,٠٠٠ - ٧٠,٠٠٠ دولار في السنة . وسيدفعون بأنفسهم تكاليف المؤتمر ، وسيحضر (٥٠٪) منهم بصحبة زوجاتهم إلى المؤتمر .

حدد أفضل أنواع الاجتماعات . وطرق التقديم لتحقيق أهداف الاجتماع ، وكم يجب أن يكون طول الجلسات . ثم قم بإعداد برنامج مبدئي للاجتماع على أساس المعلومات التالية باستخدام النموذج المرفق .

الهدف	نوع الجلسة	طرق التقديم	الوقت الضروري للحدث
شرح طرق تركيب جديدة . انتخاب رئيس مجلس إدارة جديد . تحديث المعلومات عن المستهلكين . (من يشترى جاكوزي) ؟ إعادة كتابة اللوائح . تكريم الرئيس الذي انتهت دورته . عرض منتجات جديدة . استعراض المجهودات التسويقية الناجحة . المنظرة المستقبلية للجمعية . الإعلان عن بحث حول المادة التكوينية الجديدة . النشاط في وقت الفراغ .			

والآن عيّن معلومات البرنامج المبثوث :

الرقم المتوقع	طرق التقويم	الجلسة	اليوم الأول
			١,١٠
			١٥
			٢٠
			١٥
			١٠,٠٠٠
			١٥
			٣٠
			٤٥
			١١,٠٠٠
			١٥
			٣٠
			٤٥
			١٢,٠٠٠
			١٥
			٣٠
			٤٥
			١٠,٠٠٠
			١٥
			٣٠
			٤٥
			٢,٠٠٠
			١٥
			٣٠
			٤٥
			٣,٠٠٠
			١٥

تابع :

اليوم الأول	الجلسة	طرق التقديم	الرقم المتوقع
٣٠			
٤٥			
٤٠,٠٠			
١١			
٣٠			
٤٥			
٥٠,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
٦٠,٠٠			
١٥			
٣٠			
٤٥			
٧٠,٠٠			
١٥			
٢٠			
٤٥			
٨٠,٠٠			

الفصل الخامس

اختيار مكان الاجتماع

عند إنهائك لهذا الفصل ستكون قادراً على :

- ١ - تحديد المكان المناسب لحجم الاجتماع ونوعه .
- ٢ - تقييم مزايا الأماكن المختلفة حسب : الفصل من السنة ، والطقس ، والاعتبارات السياسية .
- ٣ - تقييم سهولة الوصول إلى الأمكنة المختلفة .
- ٤ - تقييم الموقع بناءً على : العضوية ، ورغبات قضاء وقت الفراغ ، والاحتياجات الخاصة .

إن رنين آلة البيع وصوت آلة الضباعة من بطاقات الانتماء هي أصوات مصاحبة للاجتماعات ، والشخص الذي يحضر مؤتمراً يعتبر زائراً مرغوباً لأهل المدينة أو البلدة ، ويوجد في معظم المدن مكتب للزوار والمؤتمرات يعمل كمركز للنشاطات التي تهدف إلى تسويق منطقتة كمكان يصلح لعقد مؤتمرات . وتضم تلك المكاتب في عضويتها فنادق واستراحات ومطاعم وشركات مواصلات وشركات الغاب وتسليية . وعند النظر في صلاحية مدينة لعقد اجتماع ، فإن اتصالاً هاتفياً يجري بمكتب الزوار والمؤتمرات كخطوة أولى ، وربما قامت الغرفة التجارية بدور مكتب الزوار والمؤتمرات أو بالعمل كمظلة تسويق في المكان المقصود .

وينفق المشاركون في المؤتمرات أكثر مما يتفق السائح المتوسط ، ولهذا فهم يعتبرون زواراً مميزين ويُفضلون على زوار اليوم الواحد ، وفي أحدث مسح أجرته الجمعية الدولية للمؤتمرات ومكاتب الزوار اتضح أن متوسط ما يتفق مندوب في مؤتمر هو (٥٧٣) دولاراً مقابل (٨٨٦) دولاراً لمندوب معرض تجارى .

وليس من الغريب اعتماد الفنادق والاستراحات والمنتجعات على الاجتماعات كمصدر من مصادر الدخل ، فدخل الفندق يعتمد عادة على البيع للمجموعات ، ولهذا تحرص الفنادق على الإعلان عن نفسها كمكان ممتاز للمؤتمرات ، وعند تقديم أحدها عرضاً مغرياً لا يقاوم فإنه يتم اختياره في الحال كمكان للاجتماع دون التمحيص عن البدائل .

ونتيجة للتنافس الحاد لجذب المؤتمرات للأسباب الموضحة أعلاه ، فإن كثيراً من الجمعيات والشركات لا تصادف متاعب في اختيار مكان للاجتماع ، فقد يتم دعوتهم ومحاولة جذبهم من قبل المدن ومراكز المؤتمرات . وفي أحيان كثيرة يقوم أصحاب الأماكن بمنح تخفيضات في الأسعار أو تقديم حفل استقبال مجاناً كنوع من عوامل جذب الاجتماعات ، لكن مع هذا فإن مخطط الاجتماع يجب عليه أن يقرر ما إذا كان المكان يفي باحتياجات المجموعة أم لا ، ويقوم أماكن جذب الزوار كذلك بتقديم مغريات لقطاع المؤتمرات عن طريق منح تخفيضات للمجموعات ، كما تقدم المطاعم بطاقات مخفضة .

متى يتم اتخاذ قرار باختيار مكان للاجتماع ؟ يتم اختيار المكان للمؤتمرات التي يشارك فيها أكثر من ١٠٠ شخص قبل ستة من عقد المؤتمر على الأقل . وفي أحيان

كثيرة يتم الإعلان عن تواريخ ومكان عقد المؤتمر القادم في نهاية المؤتمر الذي يسبقه . ولذلك فإن مخطط الاجتماع يعضى الكثير من الوقت في تنظيم الاجتماع الحالي . ويقوم في نفس الوقت بالتفاوض حول الاجتماع المقبل . ويقوم المنظمات الكبيرة بتحديد مكان الاجتماع قبل خمس أو ست سنوات من انعقاده . وفي بعض الأحيان يتم اختيار مكان للاجتماع بناءً على توقعات أنه سينشأ مركز للمؤتمرات أو سيتم بناء غرف إضافية للفندق .

الاعتبارات الرئيسية :

من أهم الاعتبارات التي ينبغي أن تؤخذ في الحسبان عند اختيار موقع الاجتماع . طبيعة المنظمة التي ترعى المؤتمر ، وطبيعة العاملين فيها . وهذه العوامل هي التي تحدد أفضلية موقع على آخر .

حجم الاجتماع :

إن حجم الاجتماع ، ونقص هذا العدد المتوقع للمشاركين ، يعتبر على درجة كبيرة من الأهمية ، فهو أهم الاعتبارات في تخطيط الاجتماع . وبالنظر إلى مجموع الأعضاء في المنظمة وتواريخ اجتماعاتها ، يمكن الخروج بتقدير لعدد من سيحضر . أما العنصر الثاني في اختيار الموقع فهو حجم المعرض المرصع إقامته على هامش المؤتمر .

وبالنسبة للاجتماعات الصغيرة والمتوسطة فليس هناك أهمية للحجم في اختيار المكان الجغرافي للاجتماع . أما بالنسبة للجمعية والشركات الضخمة فإن حجم الاجتماع يكون عاملاً حاسماً في استبعاد بعض المواقع . إن اجتماعاً لجمعية الطب الأمريكية لا يمكن استيعابه في (بلاك هيلز) في جنوب (داكوتا) مهما كانت أهمية المنطقة جمالياً أو تاريخياً . وقليل من المدن هي التي تستطيع استيعاب المؤتمرات الوطنية للأحزاب السياسية ، والاتحادات العمالية أو المنظمات الاجتماعية .

النقطة الرئيسية هنا هي : كم يتوفر من الغرف الفندقية ؟ وأين موقعها في المدينة ؟ ففي الاجتماعات الكبيرة يتم إسكان المشاركين في أرجاء المدينة في أماكن مختلفة . ولهذا فلا بد من توفر غرف مناسبة وكافية بالفنادق في مواقع تتوفر فيها وسائل المواصلات إلى مركز المؤتمرات أو مكان الاجتماع .

والشكل رقم (١-٥) يوضح المدن التي استضافت معظم الاجتماعات في عام ١٩٨٦م ، وعدد الغرف الفندقية المتوفرة والتي لا تبعد أكثر من ٢٠ دقيقة بالسيارة . إن العدد الكبير للمشاركين يحتم استبعاد بعض المدن كمكان مناسب للاجتماعات ، كما أن الحاجة إلى مساحات كبيرة للعرض تستبعد مدناً معينة . قمثلاً إذا كانت هناك حاجة للعرض تبلغ مساحته ٢٠٠.٠٠٠ قدم مربعة ، وكان هذا المعرض جزءاً لا يتجزأ من الاجتماع ، فإن خيارات مقر الاجتماع تنحصر فقط في المدن الكبيرة التي تتوفر فيها مراكز للمؤتمرات تستطيع استيعاب معرض بهذا الحجم .

الشكل (١-٥) : المدن الراضة في عدد المعارض عام ١٩٨٦م

المدينة	عدد المعارض (١)	عدد الغرف الفندقية (٢)
دالاس	٢٠٠٩٠	٢٧٠٦٠١
أتلانتا	١٠٤٧٠	٢٥٠٠٠٠
نيو أورليانز	١٠٠٠٠	٢٦٠٠٠٠
نيويورك	٩٧١	١٠٠٠٠٠٠ (٣)
سان أنتونيو	٩٥٤	١٦٠٠٠٠
واشنطن	٨٥٧	١٧٠٠٠٠
ساكرامنتو	٨٥٩	٢٠٠٠٠٠
سانت لويس	٧٨٢	٢٠٠٠٠٠
هيوسطن	٧٢٧	٢٦٠٠٠٠
شيكاغو	٦٩٠	٤٠٠٠٠٠
<p>(١) عدد المعارض التي عقدت في نطاق المدينة . (٢) على بعد (٢٠) دقيقة بالسيارة من وسط المدينة . (٣) داخل المدينة .</p> <p>المصدر : Advertising Age</p>		

ويوضح الشكل رقم (٤-٢) أكبر عشرة مراكز مؤتمرات في أمريكا الشمالية ، والمساحة المتوفرة للمعارض التجارية بالقدم المربعة .

الشكل (٤-٢) : أكبر مراكز المؤتمرات في أمريكا الشمالية

المدينة	مساحة العرض والاجتماعات بالقدم المربعة
شيكاغو	١,٦٠٠,٠٠٠
هيوسن	١,٢٩٦,٠٠٠
لاس فيجاس	١,١٠٠,٠٠٠
نيويورك	٧٨٠,٠٠٠
ديترويت	٧٠٠,٠٠٠
أتلانتا	٦٤٠,٠٠٠
دالاس	٦٠٠,٠٠٠
دنفر	٥٠٠,٠٠٠
سان دييغو	٤٥٠,٠٠٠
أتلانتا سيتي	٤٢٦,٠٠٠
فيلادلفيا	٤٢٥,٠٠٠
اناهيم	٤٢٠,٠٠٠

المصدر : Copyright © 1990 by CMP Publications, Inc., 600 Community Drive, Mahwah, NY 11030. Reprinted from Business Travel NEWS with Permission

صفات المنظمة :

ليس هناك إشكالية في الموقع إذا كانت المنظمة تقوم دائماً بعقد اجتماعاتها في نفس المكان . وشركة الطيران (دلتا) هي مثال على ذلك . فقد نشأت كشركة توفر خدمات رش المحاصيل الزراعية بالمبيدات في مدينة (مونرو) بولاية (لويزيانا) . وهي دائماً تعقد اجتماعاتها في هذه المدينة . والمنظمات الأخرى تقوم بعقد اجتماعاتها في المدينة التي يوجد بها مركزها الرئيسي . وبعض المواقع يتم تحديدها مسبقاً لأسباب خاصة . فمثلاً عند تقاعد رئيس شركة فإن الاجتماع السنوي ربما عقد في مدينته تكريماً له بهذه المناسبة .

وبعض المنظمات تقوم بحصر اختيارها في عدد محدد من الأمكنة وتعقد الاجتماعات فيها بالتناوب . وقد يعود ذلك لحجم الاجتماع . فربما كانت خيارات منظمة ما معددة بعدد من المدن التي باستطاعتها استضافة الاجتماع .

وتقوم عدد من المنظمات بتغيير أماكن عقد اجتماعاتها في أرجاء البلد بشكل مستمر . وهذا يساعد على توازن المصاريف التي يدفعها الأعضاء في أرجاء البلد . فمن يسكن في الساحل الشرقي يعلم أن قيمة تذكرة سفره لن تحتسب ضمن ميزانيته كل عام . وتقوم جمعية مدرسي السفر والسياحة التي تضم أعضاء من الولايات المتحدة وكندا باتباع أسلوب تدوير مكان عقد اجتماعاتها . فمرة يكون الاجتماع في مدينة ويلمينجتون في ديلاوير (بالساحل الشرقي) . وتعقد الاجتماع اللاحق في السنة التالية في مدينة نيو أورليانز في لويزيانا (بوسط البلد) . والاجتماع التالي في مدينة (لونغ بيتش) في كاليفورنيا (بالساحل الغربي) .

ويحد الموقع الجغرافي من عدد الخيارات المتاحة . فقد يكون الساحل الشرقي هو الأنسب لعقد معظم الاجتماعات (إما للكثافة العمرانية والسكانية ، وإما لتركيز الخدمات) .

ومن الواضح أن نوع المنظمة التي تعقد الاجتماع يؤثر على مكان انعقادها . فعلى سبيل المثال فإن مجموعة دينية محافظة لن تعقد اجتماعها في لاس فيجاس - بنيفادا ، أو أتلانتيك سيتي في نيوجرسي . حيث يتعارض الجو الاجتماعي وخيارات الترفيه مع فلسفة المجموعة المعروفة .

وبعض المنظمات بعض الاحتياجات الخاصة التي تؤثر في اختيار مكان الاجتماع ، فمثلاً تفضل كثير من المجموعات التعليمية أن تجتمع في جامعة أو في جو مدرسي ، وبعض المنظمات العلمية تحتاج إلى توفير معامل ، لذا فإن احتياجات الاجتماع تؤثر في اختيار مكان عقده ، فربما أدت إلى استبعاد بعض الأماكن ، أو ربما طرحت بعض المواقع البديلة المنطقية للاجتماع .

وعليه فإن نوع الاجتماع وهدفه قد يؤدي إلى استبعاد بعض المواقع ، فورشنة عمل تستخدم الحاسب الآلي لن تعقد في جزيرة نائية غير موثوق بخدمات الكهرباء فيها ، ولن تعقد خلوة يقوم المشاركون فيها بتبادل رؤى شخصية ومراجعة للأفكار في غالب الأحوال في وسط مانهاتن . ومن جهة أخرى فإن بعض الأماكن مثل فورت لوديرديل في فلوريدا هي اختيار طبيعي للاجتماعات التي تقام بشكل أساسي بغرض البهجة .

إن تحليل نوع المشاركون أو إعطاء نبذة عن المشاركون التقليدي ذو أهمية في اتخاذ القرار حول مكان عقد الاجتماع . فمثلاً ملاك سيارات (مازيراتي) القديمة بهواياتهم المرتفعة التكلفة ودخلهم العالي لن يكونوا متحمسين لاجتماع يعقد في بلدة متوسطة الحجم في الوسط الغربي ؛ لأنهم يفضلون أعضاء المدينة الكبيرة أو رقاهية منطقة سياحية . وفي الجانب الآخر فإن مدرسي النسخ ربما فضلوا قليلاً من الأضواء ؛ لأن اجتماعهم تعليمي بشكل أساسي ، كذلك فإن ميزانياتهم ومخصصاتهم السفرية لا تتناسب مع تكاليف الأماكن الفخمة .

المواصلات وسهولة الوصول :

تعتبر المواصلات وسهولة الوصول إلى المكان من العوامل الهامة عند اختيار مكان الاجتماع . لذا يجب أن تتوفر مواصلات كافية إلى مقر الاجتماع .

وربما جذبت الاجتماعات مشاركون من الولاية أو المنطقة أو من مختلف أرجاء البلد . كما سيحضر أكثر المشاركين من المنطقة بالسيارات ، أما في الاجتماعات الكبيرة على مستوى البلد فإن الحاضرين سيستخدمون الطائرة للوصول إلى مقر الاجتماع .

كمثال على مكان فيه مشكلات في المواصلات : جزيرة صغيرة قريبة من ساحل مدينة شرقية ساحلية تهيئ فيها طائرة حمولتها ثمانية أشخاص مرتين يومياً ، ويظل

المشاركون في ما يشبه الأسر بسبب جدول الضائقة . فإذا كان هذا المكان أكثر الأماكن رغبة عندكم كمقر الاجتماع ، فربما قام مخطط الاجتماع بعمل ترتيبات أخرى للمواصلات .

وإذا كان الاجتماع كبيراً جداً ، وكان المشاركون منتشرين في عدة فنادق في المنطقة ويجب أن يصلوا إلى مقر الاجتماع أو مركز المؤتمرات لحضور جلسات الاجتماع ، فإن اختيار موقع تتوفر فيه خدمات المواصلات والمواقف ضروري جداً . واستنجار حافلات للخدمة بين المباني الرئيسية بديل ممكن . وستتم مناقشة إدارة المواصلات في الفصل الثاني عشر .

وقد تصمم بعض الاجتماعات لتجمع أعضاء في مناطق بعيدة عن مصادر الإزعاج من العالم الخارجي ، وفي هذه الحالة لا ينظر إلى المواصلات كحاجة أساسية .

التوقيت :

يرتبط التوقيت بالمكان . فربما ألغيت مدينة من قائمة المدن المرشحة لاستضافة اجتماع نظراً لأن هناك العديد من الاجتماعات المعقودة فيها في ذلك الوقت ، أو بسبب ارتفاع الأسعار نظراً لموسم السياحة . كذلك فإن أيام الأسبوع التي نظم خلالها الاجتماع ، وقربها أو بعدها من العطلات ، تكون عاملاً آخر في تحديد موعد الاجتماع .

- يوم الأسبوع : هل يعقد الاجتماع خلال الأسبوع أم يعقد في العطلة الأسبوعية ؟ هذا السؤال موضع نقاش دائم ، بالنسبة لاجتماعات العمل ، فإن المشاركين فيها لا يريدون التضحية بعطلتهم الأسبوعية في سبيل العمل ، وفي المراكز التجارية تنخفض تسعيرة الغرف في الفنادق في عطلة الأسبوع عن سائر أيام الأسبوع حيث تمتلئ غرف الفنادق بالمسافرين للعمل من الإثنين إلى الخميس .

من ناحية أخرى ترتفع التكلفة خلال عطلة الأسبوع في المصايف والمنتجعات وملاهي الفنادق وأماكن الترفيه ، ومن ثم تتأثر تكلفة الإقامة والمواصلات بيوم الأسبوع المختار لعقد الاجتماع .

- **الإجازات :** ترحب بعض الأماكن باستضافة الاجتماعات في بعض الإجازات عندما لا يكون هناك حجوزات كثيرة ، ولكن معظم المجموعات تتحاشى عقد الاجتماعات خلال الإجازات أو خلال إجازات نهاية الأسبوع الطويلة (التي يعقبها أو يسبقها أيام إجازة) . فالتناس يريدون أن يخصصوا وقت إجازاتهم لارتباطاتهم الشخصية والعائلية . وربما شذ عن هذا المجموعات من تجمعهم اهتمامات مشتركة أو المجموعات العرقية ، ولكن مخطط الاجتماعات الذكي هو الذي يتقاضي وضع افتراضات حول ذلك .

- **الأحداث :** قد يستبعد توقيت بعض الأحداث مدناً معينة من الاختيار . وربما كانت الفنادق محجوزة بالكامل ، ويمكن أن يشتت الحدث اهتمام وتركيز المشاركين في الاجتماع الهام ، فإذا كان الاجتماع سيعقد في الأسبوع الأول أو الثاني من شهر أكتوبر ، فلن يمكن استضافته في (أنابوليس) بولاية ميرلاند ؛ لأن ذلك موعد معرض القوارب الشراعية وذات المحرك ، ويستحيل العثور فيه على حجوزات في الفنادق . وتتجنب معظم المجموعات (نيو أورليانز) خلال احتفال (ماردي جراس) لأسباب مشابهة .

- **الموسم أو الطقس :** إذا كان برنامج الاجتماع يتضمن زيارة الأماكن الهامة والترويج فإن للموسم أهمية في اختيار المكان . من الواضح أن الأماكن الدافئة في الجنوب مفضلة في الشتاء ، وكذلك أماكن التزلج على الجليد . وربما كانت تكلفة مكان جذاب أقل في غير موسم الذروة . فمثلاً تنخفض التكاليف في سان خوان في بورتوريكو في شهر يونيو ، وكذا تفضل كوبيك بكندا في أكتوبر .

وتجعل الأحوال الجوية القاسية بعض الأماكن غير مضمونة كمكان للاجتماع خلال بعض أوقات العام . فلن يكون جيداً اختيار مدينة تتعرض لعواصف ثلجية بشكل دائم كمكان لاجتماع يعقد في يناير ويأني المشاركين فيه عن طريق الجو ، وبالتأكيد فإنه سيتم صرف النظر عن جزء كبير من شمال أمريكا كمكان محتمل لاجتماع يعقد في الفترة من يونيو إلى سبتمبر إذا كان هناك تخوف من حدوث أعاصير .
ويظهر الشكل رقم (٥ ٣) أكثر الأشهر مناسبة لعقد الاجتماعات .

الشكل (5-3) : أكثر الأشهر مناسبة لعقد الاجتماعات

الأشهر التي يعقد فيها الاجتماع

ديسمبر - فبراير ٨٩٪

مارس - مايو ٢٢٪

يونيو - أغسطس ٩٪

سبتمبر - نوفمبر ٢٦٪

المصدر : M. Concorso, The Meetings Market '90, Meetings & Conventions : Magazine/Reed Travel Group.

التكلفة :

ربما تؤدي التبعة الذاتية للمشاركة ، التي موضح متوسط بذله ، إلى صرف النظر عن أماكن مثل هونولولو في هاواي : وذلك بسبب ارتفاع تكلفة الاجتماع هناك ، وتتميز بعض المدن بارتفاع تكاليف المعيشة ، فمثلاً تعتبر تكاليف المعيشة في مدينة سانت لويس بولاية ميزوري معقولة ، بينما ترتفع في مدينة عتل نيويورك . ومع أن بعض المدن قد تبدو أماكن مثالية لعقد الاجتماعات كنيويورك وسان فرانسيسكو ، فإن المصاريف التي سيتكلفها المشارك ربما كانت عائقاً لعقد الاجتماع فيها ، ويجب أن يقوم مخطط الاجتماع بحساب أشياء مثل تكلفة السفر بالطائرة والمواصلات الأرضية والإقامة والوجبات بدقة لتحديد ما إذا كان اختيار مكان ما لعقد الاجتماع اختياراً معقولاً (فيما يخص التكلفة) .

وعند تخطيط اجتماعات الحكومة فإنه يجب حساب التكلفة بطريقة مختلفة ، فالموظف الحكومي يتقاضى بدل مصاريف سفر يومية تعكس تكاليف المعيشة في المنطقة التي يعقد فيها الاجتماع . ويتوقع أن يغطي هذا البدل مصاريف الإقامة والضرائب والوجبات والمصاريف الطارئة ، وعادة يتم دفع تكاليف السفر لمكان الاجتماع ورسوم التسجيل (والتي ربما شملت الوجبات) مباشرة بالإضافة إلى البدل اليومي . ومن الأمثلة على مصاريف السفر اليومية المنوطة من الحكومة ما يلي : في

فيلادلفيا (١١٣) دولاراً ، فينيكس (٨٣) دولاراً ، وفي بوسطن (١٢١) دولاراً . ويوضح الشكل رقم (٤-٥) بعض مصاريف السفر اليومية التي تدفعها الحكومة لاجتماعات تعقد في الأماكن المذكورة في شمال أمريكا .

وبعض المواقع تفرض ضرائب تمس المسافرين بشكل كبير ، ومثال على ذلك ضرائب الفنادق . ففي يوليو ١٩٨٩م كانت الضرائب على الفنادق في مدينة واشنطن (١١٪) . وعلى الجانب الآخر تطالب المطاعم وشركات تأجير السيارات كذلك بدفع ضرائب محلية إضافية قد تبلغ (٩٪) . هذا علماً بأن المنظمات التي لا تهدف إلى الربح قد تكون معفاة من دفع الضرائب ، وتشمل هذه الإعفاءات إعفاءً من ضرائب المدينة .

الشكل (٤-٥) : مصاريف السفر التي تمنحها الحكومة لحضور مؤتمرات

في بعض الأماكن في شمال أمريكا

المصاريف الممنوحة	المدينة
١٤٧ دولاراً	نيويورك
١٢٠ دولاراً	لوس أنجلوس
١٢٣ دولاراً	شيكاغو
٩٩ دولاراً	دنفر
١٠٨ دولارات	دالاس
٨٦ دولاراً	كانساس سيتي

أنشطة وقت الفراغ :

كما أوضحنا في الفصل الثالث فإن بعض المجموعات تتوقع وجود نشاط رياضي ، وحياة ليلية نشطة ، أو فرص ممتعة للتجول ومشاهدة أبرز المعالم ، وذلك على هامش الاجتماع .

التقاليد ، والنوقيت ، والمواصلات ، والتكاليف ، وترتيبات وقت الفراغ ، فلا بد من أخذ الاعتبارات الإضافية الأخرى في الحسبان .

- **المتعاقدون الخارجيون :** يجب أن يتوفر في المنطقة التي يعقد فيها الاجتماع موارد تلبي احتياجات المشاركين ، مثل : المواصلات الأرضية ، أو الجولات السياحية ، أو الأجهزة السمعية والبصرية ، والتسجيل ، والنسخ . وبعض المتعاقدين الخارجيين الآخرين التي قد تكون هناك حاجة إليهم مثل : محلات الزهور ، والديكور ، والتشيل والأزياء ، وشركات تنظيم الترفيه والتسلية .

- **الصورة الذهنية :** تلعب سمعة المدينة وصورتها في أذهان الناس دوراً في حظ المدينة من الاختيار كمكان لعقد الاجتماع . فمدينة واشنطن على سبيل المثال بها مستوى عالٍ من جرائم الشوارع ، مما قد يلغيها من قائمة المواقع المناسبة لعقد اجتماع لبعض المجموعات . ويجب على مخطط الاجتماع القيام بالتحري عن سمعة وصورة المكان ودورها في التأثير السلبي على عقد اجتماع ناجح .

وتتمتع بعض المدن بسمعة جيدة وبأنها مدن مضيافة . ويبدى سكان أطلانتا وهيوستن حسن الضيافة الذي يميز أهل الجنوب ، من جهة أخرى فإن بعض المدن لها سمعة غير إيجابية أو ودية مع السياح ، ومع أن هذه مجرد تعميمات ومقارنات غير صحيحة يمكن نقضها بالحقائق والتجربة الفعلية ، إلا أنها تؤثر في رغبة المشاركين المتوقعين لحضور الاجتماع في أماكن معينة .

- **المساعدة الخارجية :** من الممتع أن يشعر المرء أنه محل ترحيب ، وربما كانت عروض المساعدة وتقديم الخدمات عاملاً حاسماً في اختيار مكان للاجتماع . وكثيراً ما تقوم الفروع المحلية للجمعيات الوطنية أو موظفو شركة كبرى في منطقة معينة بالدعوة لعقد الاجتماع في مدينتهم ، وتعرض هذه الفروع أو الموظفون استعادتهم لتولي مهام التخطيط للاجتماعات . وربما تبرع الفرع المحلي برعاية حفل استقبال أو وجبة ، أو ربما عطلوا على إقناع شخصيات المدينة بحضور فعاليات الاجتماع .

وكما ذكر سابقاً فإن الغرف التجارية ومكاتب المؤتمرات والزوار تقوم بتقديم الدعوات للمجموعات لعقد اجتماعاتها في مدنها ، كما تقوم الولايات عن طريق مكاتب

السياحة والتطوير فيها بالمشاركة في الدعوة لعقد مؤتمرات كبرى . ومن المساعدات التي يمكن أن توفرها هذه المجموعات : المطبوعات عن المنطقة . أو تقديم هدايا . قميصاً ربما تبرعت أطلانطا ببعض الأوسمة أو الحقايب التي طبع عليها شعارها . وربما عرضت الغرفة التجارية رعاية حفل استقبال ، أو إقامة جناح ضيافة ، أو نقل كبار الضيوف . وقد تقدم مكاتب المؤتمرات والزوار بعض العاملين للمساعدة في التسجيل ، أو تقوم بمعالجة أوراق التسجيل في مكاتبها . وقد يكون مكتب المؤتمرات والزوار في مركز ينجح له أن يعرض رسوماً مخفضة لاستئجار مركز المؤتمرات والمساعدة على عمليات الحجز .

الأماكن الدولية :

هل يجب أن يعقد الاجتماع خارج البلد أم داخله ؟ إذا كانت المنظمة تضم أعضاء من الدول الأخرى ، فإن العالم يقدم العديد من الخيارات . تعقد كثير من الاجتماعات في المقر الرئيسي للمنظمة أو الشركة . ولكن كثيراً من المجموعات تفكر في إمكانية عقد فيها الاجتماع في الدول الأخرى . وتمثل الكاريبي وكندا والمكسيك مناطق ممكنة ومعدلة التكاليف .

وهناك ثلاثة اعتبارات هامة عند اختيار مكان دولي هي :

أولاً : توفر المواصلات للمشاركين : ويجب التأكد من ذلك عند التفكير في عقد اجتماع في دولة أخرى .

ثانياً : هل يستطيع أعضاء المنظمة أو موظفو الشركة تحمل الوقت وتكلفة السفر ؟ وهل سيحضر الاجتماع عدد كاف من الأشخاص مما يجعل الاجتماع ذا قيمة ويضمن تحقيق الهدف منه ؟

ثالثاً : هل لدرجة التأثير على ميزانية المنظمة التي تعقد الاجتماع أهمية كبيرة . خاصة فيما يتعلق بتغير سعر الدولار في الخارج ؟

في محاولة لموازنة العجز التجاري ، تتميز أنظمة الضرائب الفيدرالية بأنها صارمة فيما يتعلق بالخصم الضريبي لحضور اجتماعات دولية . ويجب على مخطط الاجتماع

نموذج اختيار مكان عقد الاجتماع

نمط المنطقة

تقاليد المنظمة

احتياجات الاجتماع (مثل مركز المؤتمرات ، مختبرات كلية جامعية)

قيود خاصة بنوعية المشارك

[لتقييم مدينتين أو أكثر ، رتب كل عامل من العوامل التالية على معيار من (١ - ٥) ، حيث (٥) هي الأعلى] .

_____ يوجد عدد كاف من الغرف الفندقية .

_____ العدد في مبنى واحد : _____

_____ كم مبنى يحويها ؟ _____ مجموع عدد الغرف : _____

_____ توجد مساحة كافية للمعرض :

_____ المساحة المتوفرة في المبنى بالقدم المربعة : _____

_____ المساحة المتوفرة في مركز المؤتمرات : _____

_____ المواصلات إلى الموقع متوفرة بواسطة (عدد الناقلين) : _____

_____ التوصيل (من المطار إلى الموقع) متوفر :

_____ كم يأخذ من الوقت ؟ : _____

- _____ المواصلات العامة في الموقع كافية .
- _____ توقيت الاجتماع ليس له تداخل مع أحداث أخرى .
- _____ تكاليف المعيشة في حدود مقدرة المشاركين .
- _____ هناك إمكانيات للترفيه والجولات السياحية .
- _____ اذكرها :
- _____ يمكن توفير المتطلبات الخاصة .
- _____ المتعبدون الذين يحتاج لهم متوفرون .
- _____ خدمات الأكل كافية .
- _____ الأسواق كافية .
- _____ ترحب المدينة بالاجتماعات .
- _____ استعدادات مكتب المؤتمرات والزوار لخدمة الاجتماعات عن طريق توفير (قم بالتأشير على المساعدة المقدمة)
- _____ رسائل الدعوة .
- _____ إرسال النشرات التعريفية .
- _____ إرسال الهدايا .
- _____ التسجيل في عدة فنادق .
- _____ موظفي تسجيل .
- _____ استقبال ترحيبي في المطار .
- _____ معلومات عن الفندق أو ترحيب في الفندق بالمشاركين .
- _____ حفل استقبال .

افترض أنه تم اختيار مكان للاجتماع . الخطوة التالية إذاً هي اختيار المبنى - الفندق ، أو المنتجع ، أو مركز المؤتمرات ، أو مبنى آخر- تعقد فيه جلسات المؤتمر - ويقام فيه المشاركون . وكثيراً ما يتم اختيار المكان والمبنى في نفس الوقت . ومن النادر أن يخصص مخطط الاجتماعات الوقت الكافي لتقييم موقع الاجتماع بدقة دون بعض التأكيدات أن هناك مبنى مناسباً في المنطقة .

أحياناً يكون اختيار المبنى سهلاً . وربما أرادت جمعية أن تعقد مؤتمرها في وقت تتوفر فيه الامكنة المناسبة للاجتماع وكذلك غرف الفنادق في المدينة التي سيعقد بها المؤتمر . أو ربما تعقد شركة ما اجتماعات لديرها بشكل اعتيادي في منتجع معين . وقد يكون للشركة عقد مستمر مع مالك المنتجع . وربما كان المبنى معروضاً بأسعار مغرية لدرجة أنه لا يمكن التفريط فيه . ولكن إذا لم تتم الإجابة عن السؤال : أي المبنى أنسب؟ فإنه يجب على مخطط الاجتماع أن يقيم بموضوعية المباني المحتملة حتى يفرح بانفسها . وينفس الطريقة التي يؤثر فيها الحجم والتوقيت وتكلفة الاجتماع وتكاليد ورغبات المنظمة والمواصلات وسهولة الوصول والعوامل الأخرى في اختيار المكان ، فإن بعض هذه العوامل تؤثر في اختيار المبنى .

الاعتبارات الرئيسية :

إذا لم يكن في ذهن شدة مكان محدد ، فإن هناك ثلاثة عوامل أساسية تؤثر في اختيار المبنى هي :

١ - الحجم .

٢ - التكلفة .

٣ - الموقع .

وفي جميع الأوقات يجب وضع التبعة من المشاركون في الحسبان .

وتؤثر طبيعة الاجتماع في تحديد أي العوامل الثلاثة أكثر أهمية في تحديد المبنى . بالتأكيد فإن مخطط الاجتماع يكون لديه خيارات أكثر إذا كان مكان الاجتماع صغيراً : لتوفر مباني كثيرة تستوعب (٢٠) شخصاً ، وهي أكثر من المباني التي تستوعب

متطلبات غرف الأنشطة :

وهذا نتعرض لحجم وعدد غرف الاجتماعات . وبفضل البعض أن يسمى هذه الغرف بغرف النشاط . ويرمز هذا اللفظ إلى الغرف التي تستخدم لعقد الجلسات وتستخدم كذلك لتقديم الأكل . ولتتمكن من تحديد احتياجات غرفة الأنشطة ، طالع البرنامج المبدئي وقم بحصر الجلسات والمشاركين المتوقعين في كل جلسة . وتذكر أنه إذا كانت لديك حاجة لتنظيم خاص للغرفة ، فيجب أن يتوفر وقت أمام إدارة المبنى لنقل الأثاث أو التجهيز وتنظيم الطاولة والكراسي وغيرها .

وتشتمل معظم الاجتماعات على جلسة عامة واحدة يجتمع فيها جميع المشاركين . وبعض البرامج لا تحتوي إلا على جلسات عامة . وعادة فإن المبنى الذي يسعى للمنافسة في مجال استضافة الاجتماعات يوفر غرفة (قاعة) تستطيع استيعاب أشخاص بعدد الغرف فيه على أقل تقدير . فعلى سبيل المثال إذا كان الفندق يحوي (٤٠٠) غرفة فإن القاعة الرئيسية تستطيع استيعاب (٤٠٠) شخص . ويجب أن يكون مخطط الاجتماع على حذر من إدارات المباني التي تعد بتوفير غرفة لكل شخص على الرغم من وجود دلائل على أنه ينقصهم ما يحتاجه الاجتماع من غرف النشاط من حيث العدد والحجم .

وبوضع المثال التالي كيفية تقدير احتياجاتك من غرف النشاط ، فربما بدأ اجتماع بجلسة عامة في الساعة التاسعة صباحاً . وفي الساعة ١٠:٣٠ ستنتقل المجموعة إلى ثلاث مجموعات صغيرة . وسيكون الغداء جماعياً في الساعة الثانية عشرة ظهراً ، وستبدأ الجلسات الفرعية الساعة الثانية بعد الظهر .

ولهذا فالغرف التي يحتاجها الاجتماع لذلك اليوم هي غرفة كبيرة لجلستين ، وثلاث غرف قبل الغداء ، وثلاث بعده . ولن يكون هناك حاجة للقاعة الكبيرة إلا إذا كان هناك تخطيط لعزل حفل استقبال .

متطلبات غرف الضيوف :

نظراً لعدم توفر إحصاء دقيق حول عدد الأشخاص الذين سيحضرون الاجتماع ،

قارنه لا بد من عمل تقدير لعددهم بالرجوع الى تاريخ الاجتماع ، فإذا كان عدد من حضروا في العام الماضي (١٥٠) شخصاً فإن العدد المتوقع هو (١٥٠) شخصاً على الأقل ، إلا إذا كان اجتماع العام الماضي كئيباً ، وإذا كان هناك زيادة كبيرة في عدد أعضاء المنظمة أو إذا كانت الشركة قد زادت عدد العاملين فيها بشكل كبير ، فيجب زيادة تقديرات عدد المتوقع مشاركتهم ، ولقد شهد حضور الاجتماعات زيادة بين عامي ١٩٨٣م إلى ١٩٨٩م .

وتعطي مراجعة المعلومات عن المشاركين فكرة عن عدد الغرف المزدوجة والغرف المفردة التي يحتاجها الاجتماع . هل سيسكن المشاركون مع بعضهم ؟ تقوم بعض المنظمات ذات الصانع العائلي بإسكان الأطفال في غرف أهليهم . ويلزم مخطط الاجتماع كذلك تقدير عدد المشاركين الذين سيحضرون قبل وقت الاجتماع ، والذين سيغادرون مبكراً ، والذين سيجلسون بعد نهاية الاجتماع : لأن هذه العوامل تؤثر في عدد غرف الضيوف .

تذكر أن بعض العاملين سيصلون في وقت مبكر للتحضير للاجتماع ، وكثيراً ما يجلس هؤلاء يوماً أو يومين إضافيين لتجميع المواد التي تَبَقَتْ وإنهاء إجراءات اختتام الاجتماع ، وأحياناً للاستراحة فقط . ويجب أن يكون مكان الاجتماع قادراً على توفير الليالي الإضافية . وعند القيام بعمل الحجوزات ، يحدد مخطط الاجتماع عدداً من الأيام . عادةً تشمل اليومين اللذين يسبقان الاجتماع واليومين اللذين يليان . وتعرض إدارة المبنى رسوم إيجار غرفة المؤتمر لهذه الأيام الإضافية .

وتُسعر غرف النوم بناءً على عدد الأشخاص الذين يستخدمونها وعلى موقعها في المبنى . فمثلاً تزيد تكلفة الغرف التي بجانب المسبح ، والغرف المزدوجة أعلى من المفردة . والغرف التي تعتبر عمارة لوجود بعض التسهيلات بها كالجاكوزي تكلف أكثر من الغرف المتواضعة . ولا يمانع بعض الأشخاص من الاشتراك مع آخرين في الغرف . ولكن الغالبية من المشاركين لا يفضلون ذلك . وربما كان الأشخاص المسؤولون عن التقديم أو الموظفين الكثيرون السفر أكثر الناس حساسية لهذه الأمور . إن التصرف الأمثل لمعظم الاجتماعات هو افتراض أن كل المشاركين يريدون غرفاً مفردة .

١ - المدن المركزية :

إن لعقد اجتماع وسط منطقة حضرية مزايًا وعيوبًا ، فبالنسبة للاجتماعات الكبيرة التي تتوزع على عدة مباني ، يتوفر عادة الكثير من الغرف على مسافة قريبة من وسط المدينة .

بالإضافة إلى ذلك ، فقد كانت المباني التي تقدم خدماتها للاجتماعات تقع تقليدياً في مواقع وسط المدينة ، وغالباً ما توضع مراكز المؤتمرات في وسط المدينة .

ميزة أخرى للمواقع داخل المدينة وهي توفر عدد كبير من المطاعم والمحلات التجارية القريبة من الفندق . كما أن المواصلات من المطار وخلال الاجتماع تكون في متناول أماكن عقد الاجتماعات وسط المدينة . وتتوفر أيضاً سيارات الأجرة والحافلات والسكك الحديدية تحت الأرض .

ومع ذلك فإن كثيراً من المسافرين يتجهون من وسط المدينة : نظراً للانطباع السائد أن الجرائم تكثر في وسط المدن الكبيرة . ونظراً للتوجه نحو الضواحي في الولايات المتحدة فإن الكثير من المدن تشهد خلواً من السكان ، كذلك فإن مناطق وسط المدن لا تتوفر فيها التسهيلات الترفيهية التي تتوفر في غيرها من المناطق . وهناك سلبية أخرى لوسط المدينة تتمثل في قلة مواقف السيارات ، وارتفاع رسوم الوقوف بها .

٢ - الضواحي :

بنت كثير من المنشآت المنافسة الخاصة بالمؤتمرات في ضواحي المدن الكبيرة . وتقع هذه المنشآت قرب مراكز التسوق الكبرى أو الأسواق التجارية المغلقة ، حيث يتوفر بها تنوع في المتاجر والمطاعم بحيث يمكن أن يستمتع بها المشاركون في الاجتماعات . وعادة تتوفر فيها المواقف .

والمنشآت في الضواحي عادة تكون جديدة ، والكثير منها فريد في تصميمه . وغالباً ما يتوفر بها خدمات الترفيه والتسلية أو تكون قرب ملاعب الجولف والتنس والسباح .

وليعض الضواحي سلبية تتمثل في بعدها عن المطارات ومواقف الحافلات ومحطات القطار . ربما كانت المواصلات خلال الاجتماع أصعب تنظيمياً . ولكن كثيراً من الضواحي تشهد تحسناً كبيراً في مواصلاتها العامة .

٣ - المطارات :

شهدت منشآت مناطق المطارات نمواً عظيماً (انظر شكل رقم ١٠-٦) . وقد بنى كثير من مراكز المؤتمرات المتوسطة الحجم قرب المطارات ، ولهذا فقد قل الوقت الذي يقضيه المشارك في السفر . وتوفر الكثير من المنشآت المخصصة للاجتماعات في المطارات رحلات منتظمة بالحافلات بين المطار ومبانيها .

وكثير من المنشآت في المطارات جديدة . ويتوفر بها تسهيلات حديثة للاجتماعات وغالباً ما تقوم المطارات نفسها بتأجير مساحات مكاتب بإيجار يومي أو بالساعة . ويتوفر في هذه المكاتب خدمات سكرتارية ، آلات فاكس ، وحاسبات آلية ، وآلات تصوير واحتياجات مكتبية أخرى .

ومن العيوب في مرافق الإقامة في المطارات أنها تكون كثيرة الضوضاء . كما أن قلة المطاعم الجيدة والأسواق والمنشآت الترفيهية ربما كان عاملاً سلبياً في اختيار منشآت قرب المطارات كمكان للاجتماع .

الشكل (١٠-٦) : الخدمات الفندقية قرب المطارات الرئيسية

المدينة	عدد استراحات المطار	مجموع عدد الغرف
أتلانتا	٢٤	٥٤٠٠
أوماها (لينكولن)	٢٧	٤٨٠٠
لوس أنجلوس	٥٣	١٣١١٦
شيكاغو	٢٤	٨٤٠٠

Copyright 1980 by CMP Publications, Inc., 600 Community Drive, Mahwah, N.J. 07430
Reprinted from Business Travel NEWS with permission.

عملهم ؟ ويجب أن نفترض أن العاملين يعرفون متى يأتي مخطط الاجتماع في زيارة تقييمية . وحينها سيحاولون بذل أفضل جهد ممكن .

من الخدمات الفخمة التي ينبغي عليك ملاحظتها : هل يقدم الإفطار والجراث للضيوف في غرفهم ؟ هل تتوفر خدمة الكيبل التلفزيونية ؟ هل الأسرة مطوية ؟ وهل هناك خادم خاص ؟ أما توفر حارس خاص للمنشأة فذلك قمة الفخامة . وهذه الخدمات الضخمة تحسن بيئة الاجتماع . وتوفر المطاعم ، والمقاهي ، ومتاجر الهدايا ، والحلافين ، ومحلات بيع الزهور في المنشأة يقيّد المشاركين في الاجتماع . وقد تقدم منشأة عناية شخصية ، مثل استلام وإعادة الملابس من المغسلة للغرفة ، وغرفة البخار ، وضاولات كي الملابس ، وحتى أجهزة التدليك .

توفير الحاسبات وأجهزة الفاكس وآلات تصوير المستندات وخدمات السكرتارية هي أيضاً إيجابيات للمنشأة . وأحياناً يتم تقديم هذه الخدمة فقط لمخطط الاجتماع . أو ربما وفرت لجميع الضيوف .

وتقوم مجلة الاجتماعات الناجحة سنوياً بمنح جائزة تسمى (جائزة القمة) للفائزين ، وهي تمنح للمنشآت التي حكم عخطط الاجتماع بأنها أفضل منشآت لعقد الاجتماعات .

نموذج تأثير تقييم الكفاءة والخدمة :

قم بتقييم العناصر التالية بإعطائها رقماً من (١ - ٥) كما يلي . ٥ = ممتاز ، ٤ = جيد ، ٣ = متوسط ، ٢ = تحت المتوسط ، ١ = ضعيف .

الدرجة الصفة

- ردت إدارة المبيعات مباشرة وبإلطف .
- شمل فحص الموقع التعريف بالإدارة والعاملين .
- كان العاملون في الموقع أكفاء ودودين خلال الفحص .
- العاملون في خدمة الغرف كانوا متعاونين .

_____ العاملون الآخرون ممن يرتدون الزي الرسمي كانوا أكفاء ووديين .

_____ العاملون في خدمات الغرف كفؤين ووديين .

نوعية خدمات الطعام في الأماكن التالية كانت في المستوى المرغوب :

_____ المطعم .

_____ الحفهي .

_____ خدمة الغرف .

نوعية خدمات الترفيه والتسلية كانت في المستوى المرغوب :

_____ المسيج . _____ التليك .

_____ التنس/الجولف . _____ غرفة التمارين . _____ أخرى .

_____ يوجد بالمنتشة محلات تجارية تحوى بضائع متنوعة وجيدة النوعية .

_____ توجد مساعدة مكتبية .

_____ خدمات المواصلات كافية .

_____ مجموع الدرجات .

فحص المنشأة :

تبين حتى الآن أن حجم ومستوى التكلفة والموقع لعدة منشآت ربما كان مناسباً ،
ما هي الخطوة التالية في عملية اتخاذ القرار ؟

إن عمل زيارة فحص للموقع هي أفضل طريقة لتأكيد اختيار مقر الاجتماع .

قم لمقابلة واختبار المنافسين ، ومع أنه من الأفضل لخطط الاجتماع أن يزور
الموقع متخفياً كمسافر عابى لأغراض العمل ، إلا أن الميزات لا تسمح بهذا ، وعادة
ما تقوم المنشآت بفتح غرف مجانية لخططى الاجتماعات الذين يقومون بزيارات فحص ،
وتشارك مكاتب المؤتمرات والزوار والغرف التجارية في الترحيب بمخططى الاجتماع

غرف الضيوف :

ضمن فحص المكان يجب أن يقوم مخطط الاجتماع بتفحص كل نوع من أنواع غرف الضيوف المتوفرة - غرف مزدوجة وغرف مفردة وما إلى ذلك - ويجب أن ينظر إلى العديد منها . وعليه كذلك أن يقوم بزيارة غرف في أبنوار متعددة وغرف تطل على مناظر مختلفة ، كالتي تطل على الشارع أو المسبح أو الجهة الخلفية .

نموذج تأشير لغرف الزوار :

قم بتقييم كل من العناصر التالية من (١ - ٥) : بحيث تعادل (٥) ممتازاً ، (٤) جيداً ، (٣) متوسطاً ، (٢) أقل من المتوسط ، (١) ضعيفاً .

الدرجة المصفاة

- الغرف نظيفة (مكتوسة ، والحمامات نظيفة ، والسجاد نظيف ، والنوافذ والمرايا محسوحة ، والمفارش نظيفة وليس بها بقع) .
- حالة الغرف سليمة (السجاد ، المفارش ، الستائر ، تجهيزات الحمام غير مخدوشة ، والأبواب والنوافذ والستائر جميعها تعمل) .
- الديكور جذاب .
- تتوفر إضاءة كافية .
- الأمان كاف .
- التهوية جيدة .
- مكيف الهواء والمدفأة وأجهزة التحكم بها تعمل .
- يتوفر هاتف (إنكر إذا لم يكن هناك رسوم على الخدمة من غرفة لغرفة أو رسوم على المكالمات المحلية) .
- مواقع الغرف والمناظر التي تطل عليها موضوعة بشكل عام .

- تتوفر بعض الإضافات (ثلاجة ، صانعة قهوة ، خدمات كيبل مجانية ، شبكة تلفزيونية مغلقة ، الأسرة ننخفض وترتفع ، أعط نقطتين لكل منها) .
- عيّنات من مواد الحمام ، مناشف كبيرة .. إلخ موفرة (أعط نقطة واحدة) .
- مجموع الدرجات .

غرف النشاطات :

من الأمور المهمة موقع غرف الاجتماع وقربها من بعضها . والوضع المثالي هو أن تكون جميع الغرف المستخدمة في نفس الدور لكيلا يضطر المشاركون لاستخدام المصاعد . لأنه حتى في المنشآت الكبيرة التي تتوفر بها أعداد كبيرة من المصاعد لا تستطيع هذه المصاعد خدمة الجموع الكبيرة من المستخدمين عندما يكون هناك العديد من الاجتماعات المتعقدة في نفس الوقت .

من المهم كذلك درجة الراحة في غرفة الاجتماع : الكراسي والتهوية والإضاءة . ومن المهم أيضاً عدم وجود ما يمنع المشاركين من مشاهدة المتحدث . ويجب فحص جودة الصوت في الغرفة . وتناقش في بعض الاجتماعات بعض المواضيع السرية ، فإذا كان الأمر كذلك فيجب أن تكون الجدران والفواصل عازلة للصوت . ويجب أن تتوفر في الغرفة الأجهزة السمعية بصرية ومنافذ كهربائية كافية . ويقدم الفصل العاشر تفاصيل إضافية عن غرف النشاطات .

نموذج تأشير لغرفة النشاطات :

قم بتقييم الصفات التالية وإعطائها تقديراً من (١ - ٥) بحيث : ٥ = ممتاز ، ٤ = جيد ، ٣ = متوسط ، ٢ = تحت المتوسط ، ١ = ضعيف .

الدرجة الصفة

- موقع الغرف مناسب بالنسبة لـ :
- غرف الاجتماع الأخرى .
- المصاعد والدرج الكهربائي .

خدمة الأكل :

يجب أن يأكل مخطط الاجتماع في مطعم المنشأة . ويتوفر في بعض الفنادق مطعمان أو ثلاثة تختلف في درجة الرسمية والتكلفة . لاحظ تنوع قائمة الطعام والخدمة ونوعية الأكل . وإذا كان هناك اجتماعات منعقدة خلال زيارة مخطط الاجتماع فيجب ملاحظة القائمين على الخدمة . ويجب متابعة الطريق المستخدم لنقل الأكل إلى غرف النشاطات . سيتم إطلاع المخطط على قائمة الطعام مع أسعار الأكل ليتمكن من تقييم مدى تلبيتها لحاجات الاجتماع .

التفاوض على التكاليف :

هل نعرف كيف تساهم . وكيف تتفاوض مع تاجر لتحصل على سعر أقل ؟
فالمفاوضون الماهرون يمكن أن يصبحوا مخططين جيدين للاجتماعات .

وهناك ثلاثة أنواع من التكاليف في مواقع الاجتماع . وهي : تكلفة غرف النوم ، وغرف النشاطات ، والوجبات . ويجب تخفيض السعر العادي للمجموعات . وكما يلاحظ فإن كثرة عدد المشاركين في اجتماع أو وقت عقد الاجتماع خلال السنة ربما خفض سعر الغرفة . وقد تبادر منشأة بتخفيض أسعارها لاجتماع عالي المستوى . وسيعرض مديرو المنشآت أسعاراً أفضل لأنهم يتوقعون تقطية إعلامية جيدة إذا أقام أشخاص مشهورون في منشاتهم .

تقوم بعض المنشآت بإعطاء المخطط التسعيرة التي تمنحها للحكومة أو للشركة . وعادة ما يتم التفاوض على التسعيرة بين المنشأة والشركة . وتعلم الشركة أنها ستستخدم عدداً محدداً من الغرف كل شهر ، وتضمن ذلك للمنشأة لتحصل على تسعيرة أقل . فعلى سبيل المثال تقوم شركات الطيران بالتعاقد مع المنشآت في المطار لإسكان موظفي الرحلات الذين ينوقفون في المطار وقفات منتظمة ، إن معرفة تسعيرة الشركات تعين مخطط الاجتماعات . وكما ذكر في الفصل الخامس فإن المؤسسات الحكومية يجب أن تعمل في نطاق البديل الخاص بمصاريف السفر . وستقوم المنشأة التي تتوقع أن يحتاج عدد كبير من موظفي الحكومة للإقامة فيها خلال العام بإعطاء تسعيرة للحكومة تتمشى مع بدل السفر .

تتوفر لدى بعض المنشآت التي تعتبر جزءاً من سلسلة من المنشآت برامج للزبون المتكرر الإقامة ، فإذا أقام شخص في إحدى منشآت السلسلة لخمس ليال فإنه يحصل على خصم ليلة السادسة . وتتيح معرفة مخطط الاجتماع بهذه التسعيرة التفاوض مع المنشأة على سعر غرفة الإقامة .

وتقوم معظم المنشآت بتحديد تسعيرة للغرف المفردة ، والغرف المزدوجة ، والغرف بشخص إضافي ، والأجنحة . وفي بعض الأحيان تكون تسعيرة الغرف المفردة والمزدوجة متماثلة . أو تكون التسعيرة ثابتة مهما كان موقع الغرفة في المنشأة .

ستفوم منشأة بحجز عدد محدد من الغرف بتسعيرة متفق عليها . ويجب أن يكون هناك بومان قبل ويومان بعد نهاية الاجتماع تشملها التسعيرة المخفضة . وفي وقت محدد ، وعادة يتم إلغاء الحجز قبل ثلاثة أسابيع من الاجتماع ، فتعود تسعيرة الغرف إلى وضعها العادي . ويمكن أن يكون هناك مفاوضات حول تاريخ إلغاء حجز الغرف .

عند التخطيط للاجتماعات قبل سنتين من موعد عقدها ، فإنه يمكن التفاوض لوضع نص يحدد أعلى نسبة مئوية يمكن أن ترتفع إليها تسعيرة الغرف ، فمثلاً إذا تم الاتفاق على تسعيرة (٩٠) دولاراً ، ولكن لظروف ما لم يعقد إلا عام ١٩٩٦ م ، وفي هذه الفترة لا بد للتسعيرة أن ترتفع . ولكن العقد يحدد بشكل دقيق أن ينبغي ألا ترتفع تسعيرة الغرفة بأكثر من (٥٠ /) .

ناقش وقت استلام ووقت تسليم الغرف ، وحدد رسوم الإلغاء وسياسات إعادة المبالغ . واحصل على معلومات عن طريقة فتح حساب للدفع لاحقاً مع المنشأة . ناقش كيفية فتح حساب رئيسي يعكس جميع التكاليف ، مثل تكاليف الأكل والشرب التي ستدفعها المنظمة مباشرة ، وكيفية إقفال الحساب ، وأطلب مراجعته يومياً ، إذا كانت المنظمة ستدفع تكاليف الغرف للمتحدثين أو المقدمين أو العاملين ، استوضح أي المصاريف ستدفعها المنظمة وأنها يتولى مسئولية الأشخاص المعنون .

ثمة رسوم كثيرة تعتمد على عدد الليالي المحجوزة . فعدد ليالي الغرف يعادل عدد المشاركين المقيمين في المنشأة مضمورياً في عدد الليالي التي أقاموها . فإذا كان عدد المشاركين (٦٥٠) مشاركاً ، وكان عدد الليالي التي سيحكونها ثلاثاً ، فإن عدد الليالي

التمثيل (٢-٦) : مثال على عقد منشأة

الجهة :		
من موتور إن بلازا		
١٢٣ الشارع العام		
أبنة مدينة ، الولايات المتحدة الأمريكية		
انصل ب : جى وريين		
٢٢٤ الشارع الأول		
كل مدينة ، الولايات المتحدة الأمريكية		
مواعيد المؤتمر : الخميس ٦ أكتوبر - السبت ٨ أكتوبر ١٩٠٠		
مواعيد الرسوم : الثلاثاء ٤ أكتوبر - الإثنين ٦ أكتوبر ١٩٠٠		
عدد الغرف المحجوزة : ٥٠٠ ليلة/غرفة		
تسعيرة غرف الضيوف : مفرد (٩٠) دولاراً جناح بغرفة نوم واحدة (١٧٠) دولاراً		
مزيج (١١٠) دولارات جناح بغرفتي نوم (٢٠٠) دولار		
لاجتماعكم ستكون التسعيرة السارية :		
مفرد (٧٥) دولاراً جناح بغرفة واحدة (١٥٠) دولاراً		
مزيج (٩٠) دولاراً جناح بغرفتين (١٧٥) دولاراً		
(السعر الكلي لا يتضمن عولة)		
جميع التسهيلات خاضعة لضرائب الولاية وهي : (٥٪) - وضرائب المدينة على الفنادق		
البالغة (٥٪) - الإشغال المتوقع للغرف : المفردة (٨٠٪) ، المزدوجة (٢٠٪) -		
كيفية الوصول :		
الوصول	(عدد الحاضرين)	الموجودين
الثلاثاء ٤ أكتوبر	٥	٥

الأربعاء ٥ أكتوبر	١٥٠	١٥٥
الخميس ٦ أكتوبر	٢٠	١٧٥
الجمعة ٧ أكتوبر	٥	١٨٠
المقارنة		
الجمعة ٧ أكتوبر	١٥	١٦٥
السبت ٨ أكتوبر	٥٠	١١٥
الأحد ٩ أكتوبر	١١٠	٥

(وقت الاستلام الساعة ٢٠ ظهراً كل يوم - الحجوزات غير المؤكدة ستلغى - ٥٠ مسافراً - وقت التسليم الساعة ١٢ ظهراً).

الموعد الأخير : يتم حجز الغرف قبل ثلاثة أسابيع من وصولكم يوم الأربعاء ٥ أكتوبر ١٩٠٠ الذي يصادف ١٥ سبتمبر ١٩٠٠. ولكن موتور إن بلازا سيستمر في قبول الحجوزات حسب المتوفر بالتسعيرة السائدة المعلنة بالفندق.

الحجوزات : ستزود منطقتكم بعدد مقبول من بطاقات الحجز التي توضح التخفيض المقدم لكم وتاريخ انتهاء الحجز.

غرف الضيوف المجانية : سيقوم موتور إن بلازا بتقديم غرفة ضيف حسب الطريقة التالية :
غرفة لليلة واحدة تكلف ٥٠ غرفة مستعملة فعلياً خلال اجتماعكم. وربما خيرية قضاة ليلة مجانية في جناح مقابل كل ١٠٠ غرفة مستعملة.

سيتم تخصيص الغرف المجانية لكم عن طريق مكاتبكم. ويسري هذا عند أيام انعقاد الاجتماع. ويجب استخدام الغرف المجانية وعدم إضافتها للحساب الأساسي.

المساحات العامة :

قيماً إلى مخطط البرنامج الاجتماع. والمساحات العامة المحجوزة، ونحافظ بالحق في سبيل غرف الاجتماعات. على أن تكون مناسبة، بشرط أن يكون ذلك مناسباً لحاجتكم.

اليوم ، التاريخ ، المهمة :	الوقت	القاعة	عدد الحضور
الخميس ٦ أكتوبر			
الجلسة العامة	٩ - ١٠	القاعة الكبرى	٢٠٠
جلستان مخصصتان	١٠ - ١٢	أميرال/كابتن	٢٠٠/١٠٠
الفداء	١٢ - ٢	القاعة الكبرى	٢٧٥
الجلسات الخاصة	٢ - ٥	أميرال/كابتن	١٥٠/١٥٠
الجمعة ٧ أكتوبر			
الإفطار	٨ - ٩.٣٠	القاعة الكبرى	٢٧٥
ثلاث جلسات مخصصة	٩.٣٠ - ١٢.٣٠	أميرال/كابتن/ كوماندر ١٠٠ لكل منها	
الفداء	١٢.٣٠ - ٢	مفتوح	
جلستان مخصصتان	٢ - ٥	أميرال/كابتن	١٥٠/١٥٠
حفل استقبال	٦ - ٨	ترايدنت	٢٧٥
حفل عشاء	٨ - ١٠.٣٠	القاعة الكبرى	٢٥٠
السبت ٨ أكتوبر			
الإفطار	٨ - ٩	أميرال/كابتن	٢٠٠
جلسة عامة	٩ - ١٠.٣٠	القاعة الكبرى	٢٠٠
استراحة قهوة	١٠.٣٠ - ١١.٣٠	أميرال/كابتن	١٧٥
(سيتم تخصيص مساحة لطاولة التسجيل في منطقة القاعة الكبرى - وسيتم وضع (١٠) طاولات عرض في الردهة ، وستوفر القهوة في الردهة من ١٠.٣٠ - ١١.٣٠ صباحاً ومن ٢.٣٠ - ٣.٣٠ بعد الظهر يوم الخميس ٦ أكتوبر ويوم الجمعة ٧ أكتوبر (١٩٠٠) .			
ترتيبات الاجتماع : سيقوم مدير خدمات المؤتمرات بالاتصال بكم قبل (٩٠) يوماً من الاجتماع لترتيب غرف الاجتماع والأجهزة السمعية والبصرية ومتطلبات الأكل والشرب .			

تكلفة المساحات العامة . مع الأخذ بعين الاعتبار نشاطات الأكل والشرب والحضور الموضحة وكذلك حجوزات غرف الضيوف ، فإن إيجار الاجتماعات المصاريف هي كالآتي :

إجمالي عدد التالى المستخدمة	إجمالي إيجار غرف الاجتماعات
من ٦-١٠ إلى ٨/١٠/١٩٠٠٠	
٩٩ -	١٥٠-١٠٠ دولار .
٢٩٩ - ١٠٠	١٢٠٠-١٠٠ دولار .
٤٩٩ - ٢٠٠	٨٠٠-٠٠ دولار .
٧٠٠ وأكثر	مجانياً .

الدفع : سيقوم جميع المشاركين بدفع تكاليف الغرف وانصرايب والمصاريف الإضافية بشكل انفرادى ، وتنص السياسات على دفع كامل المبلغ مقدماً لجميع الخدمات إلا إذا كان هناك ترتيبات للدفع اللاحق أو الدفع الموحد لجميع المصاريف في وقت سابق ، إذا رغبت فطلب استمارة الدفع اللاحق ، فإذا تم قبول الطلب سيتم تحضير حساب موحد للأكل، والإيجارات ومصاريف العرض ، بالإضافة إلى أية مصاريف إضافية سيتم ايضاحها لكم .

التحكيم . سيتم تسوية أية خلافات أو ادعاءات نايعة عن أو مرتبطة بإنهاء هذا العقد حسب أنظمة جمعية التحكيم الأمريكية ، ويمكن رفع قرار لجنة التحكيم إلى أية محكمة .

الإنهاء : يمثل ما يلي محاولة معقولة من قبل الفندق للتعويض عن الأضرار الحقيقية التي ستلحقه من الإلغاء ، ويظهر الجدول التالى طريقة تصفية أضرار إلغاء هذه الاتفاقية .

إلغاء الاتفاقية قبل ٣٠ يوماً من الاجتماع :	١٠٠٠٠ دولار غرامة .
٢٩ - ٦٠ يوماً من الاجتماع	٧٥٠٠ دولار غرامة .
٦١ - ٩٠ يوماً من الاجتماع	٥٠٠٠ دولار غرامة .

تطلع إلى موقع إن بلازا

إذا كانت هذه الاتفاقية تحظى بالقبول لديكم ، فالرجاء توقعها وإعادتها للتصديق الاتفاقية ملزمة .

مصدق الاجتماع

إعداد

الفصل السابع

تسويق اجتماعات

عند إنهائك لهذا الفصل ستكون قادراً على أن :

- ١ - تقرر ما هي العوامل التي تؤثر على مستوى المشاركة في اجتماع ما .
- ٢ - تقرر أفضل الطرق التسويقية لاجتماع ما .
- ٣ - تطور مواد مطبوعة .
- ٤ - تقدر كم سيكون تسويق الاجتماع .

تصورات كابوسية : صندوق بريد فارغ ، جالونات من الفهوة المفرغة في سلة النفايات ، وحوامل أسماء غير مستخدمة ، وكراسٍ فارغة ، وصدى الصوت في القاعات شبه الفارغة ، الاجتماعات تتطلب أشخاصاً لتعقد ، ولهذا فإن من أكبر مخاوف مخطط الاجتماعات عدم وجود مشاركين أو حضور عدد أقل من المتوقع .

تشمل عملية التسويق الـ (P) الأربع وهي : المنتج (Producer) ، المكان (Place) ، السعر (Price) ، الترويج (Promotion)، فالمنتج هو الاجتماع، والمكان هو مقر عقد الاجتماع ، والسعر سيق تحديده ، والآن جاء دور التركيز على التسويق .

إن التسويق يعنى البيع ، فهل يجب على المرء بيع الاجتماع ؟ في بعض الحالات يكون للاجتماع جاذبية تجعل المشاركين يرغبون راعى الاجتماع أو مخططة بطلبات المشاركة .

من ناحية أخرى ، فإن هناك الآلاف من الاجتماعات تعقد كل يوم ، وغالباً ما يكون الشخص منتقياً إلى عدة جمعيات أو مجموعات لها اهتمامات مشتركة ، ولذا يُدعى للعديد من الاجتماعات كل عام . بالإضافة إلى ذلك فإن ذلك الشخص قد يكون لديه اجتماعات خاصة بعمله ويحتاج إلى أن يحضرها ، في هذه الحالات لا بد أن يباع الاجتماع للمشاركين .

إن سوق الاجتماعات متشبع جداً ، ولا بد من استخدام أساليب تسويقية متطورة لجذب انتباههم (ثم مشاركتهم بعد ذلك) . واجتماعات هذا العصر تحتاج إلى أن يكون لها هدف ، حتى ولو كانت للمتعة فقط ، وهذا الهدف لا بد أن يحدد بشكل واضح للمشاركين المتوقعين .

وقد تضمن الفصل الثالث نقاشاً حول كيفية قيام مخطط الاجتماع بتحديد عدد المشاركين فيه ، وبناءً على هذا الرقم يتم اتخاذ الكثير من القرارات المتعلقة بالاجتماع وتكاليفه . ومن منطلق تحقيق توقعات حضور المشاركين فإن تسويق الاجتماع يأخذ أهمية كبرى . ومن الممكن أن تزيد الجهود التسويقية المتارة عدد حاضري الاجتماع .

لماذا تسويق الاجتماع ؟

هل تعنى زيادة عدد المشاركين وزيادة الحماس والنشاط ؟ ليس دائماً ، ولكن تسويق الاجتماع فى بعض الأحيان له أهداف ثلاثة :

١ - لإشعار كل شخص تنطبق عليه شروط الحضور .

٢ - لزيادة عدد الحاضرين .

٣ - لتحقيق دخل مالى .

ومن أكثر الأنشطة التسويقية توزيع المعلومات عن متى ، أين ، وكيف تسجل لحضور الاجتماع . ولربما شعر شخص مؤهل لحضور الاجتماع ومرغوب فيه كمشارك بأنه تم إهماله إذا لم يسمع من قبل عن الاجتماع .

عندما يكون عدد المشاركين أقل من المتوقع ، فإن ذلك يقلل من الشهرة بأن الاجتماع كان ناجحاً . وإذا جذب مؤتمر لمنظمة (٢٠٠) شخص العام الماضى بينما لم يحضر اجتماع هذا العام سوى (١٢٥) شخصاً ، فإن من الواضح أن هناك خطأ ما . ويجب على مخطط الاجتماع أن يكون مطلعاً على سجلات الحضور فى الشركة ، وأن يكون لديه تصورات حول عدد الحضور المتوقعين فى الاجتماع المقبل .

وتعتمد بعض المنظمات على الدخل من اجتماعاتها للإنفاق على نشاطاتها . وحتى الآن فإن إقامة معرض مع الاجتماع يحقق أرباحاً . كما أن فرض رسوم دخول أو بيع مواد الاجتماع يحقق دخلاً .

وعندما يكون جمع التبرعات هو هدف أساسى لعقد الاجتماع ، فإن التسويق يصبح أكثر أهمية . ويكون مخطط الاجتماع تحت ضغط لضمان أن الحاضرين سيوفرون المبلغ المتوقع .

معرفة جمهورك :

من تريد أن يحضر لاجتماعك ؟ حينما تحدد جمهورك فإليك تعرف الى من توجه نشاطك التسويقي .

الأعمال والجمعيات :

تسمى كثير من اجتماعات الأعمال التي تعقد لشركة واحدة أحياناً بالآراء الإلزامي أو آراء الواجب ، ولذا فإنه لا حاجة لجهود تسويقية كبيرة لهذا النوع من الاجتماعات . وتقرر إدارة الشركة عقد الاجتماع وتختار من يتوقع مشاركتهم فيه ، ومولاء : ليس لهم اختيار كبير في أمر الحضور . والتسويق هنا يتمثل فقط في إشعارهم بالاجتماع . ومع هذا فلا بد من شرح أهداف ومحتوى الاجتماع بوضوح ، إن معظم اجتماعات المنظمات اختيارية ، ويحضر الأعضاء بمحض اختيارهم ، ولكن يلزم إقناعهم ، ولذلك يجب أن يكون التسويق للأعضاء مقنعاً ومكثفاً .

في بعض الأحيان عندما تريد جمعية زيادة عدد أعضائها ، يتوسع النشاط التسويقي ليشمل غير الأعضاء - وربما جزءاً من عامة الناس الذين تمت معرفة وجود اهتمامات لديهم مماثلة لاهتمامات الأعضاء .

أخيراً ، فإن حضور بعض الاجتماعات في المنظمات محدود بأشخاص قليلين ، كمجلس الإدارة أو فريق الإدارة العليا . والتسويق لهذه المجموعات الصغيرة لا يذكر . ويتم إبلاغ المجموعة بالاجتماع ويتوقع حضورهم . وعلى سبيل المثال فإن أعضاء مجلس الإدارة يعرفون أنهم عندما قبلوا مناصبتهم في المجلس ، فإنه يلزمهم حضور الاجتماعات لإدارة أعمال منظماتهم .

الهلاء :

إن التسويق للمعارض التجارية أو الحلقات العلمية المفتوحة للجميع أمر مختلف تماماً . فهذه النشاطات أقيمت بغرض الربح ، والجميع مدعوون . ويتم استخدام الدعايات في الصحف والتلفاز والبريد المباشر بهدف حث الناس على الحضور .

وعموماً يكون لدى راعي المعارض التجارية الموجهة للمستهلك متخصصون في مجال التسويق ، ويتم في بعض الأحيان استئجار منظمة تسويق محلية للإعلان عن المعرض أو الحلقة .

ماذا يجعل الاجتماع قابلاً للبيع ؟

كما سبق فإن قرار حضور اجتماع يكون في بعض الأحيان خارج إرادة المشارك المحتمل . ويتضمن التسويق مجرد إشعار المشارك بمقر ووقت عقد الاجتماع .

ومع هذا ففي كثير من الأحيان يكون قرار الحضور قراراً شخصياً . ولابد من إيضاح وتسويق مزايا ومنافع حضور الاجتماع للمشارك المحتمل . وللقيام بذلك فإن باستطاعة الشخص الذي يقوم بتسويق الاجتماع التأكيد على محتويات البرنامج ، والعوامل الخارجية التي ربما شجعت الشخص على الحضور ، أو كيف يمكن أن يساعد الاجتماع المشارك لتحقيق أهدافه الشخصية أو يوفر له حاجاته النفسية .

محتويات البرنامج :

عندما يقرر شخص حضور اجتماع ، فإن ذلك عادة بسبب كون أهداف الاجتماع تماثل احتياجاته . وكمثال على ذلك ، ربما أراد ذلك الشخص أو طلب منه زيادة تعليمه أو تدريبه . فيجد حافزاً لحضور اجتماع لأنه سيتم فيه اتخاذ قرارات تجارية أو تشغيلية تخص المنظمة . وربما حضر ممثل مبيعات لا يحتاج إلا إلى محاضرة تحفيزية ، اجتماعاً يقدم فيه منتج جديد . من الواضح إذاً أن محتويات البرنامج هي خير حافز ، وأن مواد تسويق الاجتماع لابد أن توضح محتويات البرنامج .

عوامل نفسية وشخصية :

هناك عوامل نفسية تحفز الشخص لحضور اجتماع ، من أهمها الظهور والفخر ، فحضور بعض الاجتماعات يعطي للشخص شعوراً بالنجاح والمكانة ، ويكون المرء جزءاً من مجموعة ممتازة يعطيه نوعاً من التميز . وتناثر قرارات حضور الاجتماعات كذلك برغبة الشخص أن يكون ضمن المجموعة .

ولقد قام عالم النفس (إبراهيم ماسلو) بتصميم نظرية هرمية الحوافز البشرية ، والتي مفادها أن حضور الاجتماع يشبع الحاجات النفسية وحاجات تحقيق الذات ، وتحفز حاجة تحقيق الذات بعض الأشخاص للتعليم . ومهما كانت الأهداف الحقيقية للاجتماع أو لجلسات المواضيع ، فإن الشخص ينجذب نحو أي اجتماع بسبب أهداف

شخصية محددة لا علاقة لها بأسباب أو أهداف الاجتماع الذي لن تحقق جلساته تلك الأهداف أو الرغبات ، وفرض تحقيقها متوفرة في الاجتماع ولكن خارج هيكله . ومن هذه الأهداف الاتصال مع نظرائه في العمل . أو ربما حضر شخص اجتماعاً لأنه يرغب أن يرشح لمنصب في المنظمة ، وحضوره للاجتماع كان بهدف التعرف إلى الأعضاء في الجمعية بشكل أفضل ليعرفوه . وربما أراد شخص يود تغيير عمله أن يحضر اجتماعاً يجد فيه من يبحثون عن موظفين ، مثل معرض توظيف أو معرض تجارى . وربما أراد شخص آخر التحدث إلى منتجين في معرض ليحاول بيعهم اختراعاً ، حافز آخر هو الرغبة في الاختلاط بالأصدقاء والزملاء أو لتجديد المعرفة . وتوفر الاجتماعات الفرصة لهذه الأنواع من التجمعات واللقاءات ، وخصوصاً للأشخاص الذين لا يعملون معاً أو لا يقطنون متجاورين .

في نفس الوقت الذي تؤكد فيه مواد تسويق الاجتماع على محتواه ، فمن الممكن أيضاً أن تقوم بالتعرض للعوامل الأخرى التي تحفز شخصاً لحضور اجتماع .

ويمكن أن تكون هذه الحوافز مرغوبة في الضفاء أو في العزل . ومواد تسويق الاجتماعات التي تتبع الفرصة للالتقاء بالزملاء أو تلجأ إلى أن كل من له علاقة سيكون هناك ، توفر بعض الحوافز النفسية .

عوامل أخرى :

تحدد العوامل الخارجية كذلك حضور شخص ما اجتماعاً من عدمه . ومن أوائل هذه العوامل موقع الاجتماع ورد فعل الشخص تجاهه . إن الرغبة في زيارة مدينة سان فرانسيسكو ربما حفزت الشخص لأن يحضر اجتماعاً . ومع كون برنامج الاجتماع مضغوطاً ليس به وقت فراغ ما ، فإن فرصة زيارة أماكن مرغوبة ، وأخذ أيام إجازة أكثر ، وحتى إحضار العائلة يجعل الاجتماع لا يقاوم .

وتساعد نشاطات وقت الفراغ خلال الاجتماع على جذب اهتمام الأشخاص ، فالرحلات الجانبية والجولات التعريفية هي أهم ما يجذب في الاجتماع ، ويمكن أن تكون فرصة زيارة معرض تجارى أو عرض ما هي السبب الرئيسي لحضور الاجتماع .

طرق التسويق :

كيف يمكن للمرء أن ينشر خبر الاجتماع ؟ هناك طرق عديدة ، منها : البريد المباشر ، والدعاية والإعلان ، ونشاطات تقديم الهدايا ، والتسويق المتلفز ، ويمكن استخدام أى طريقة بمفردها ، كما يمكن دمج الطرق الأربع فى عملية التسويق .

بالطبع فإن طريقة التسويق المستخدمة لا بد أن تتناسب مع : طبيعة الاجتماع ، والحجم المتوقع له ، وطبيعة المشاركين ، وميزانية الاجتماع . كما أن التوقيت - وهو تحديد موعد الإعلان أو إرسال البريد - يحدده طبيعة الاجتماع وعدد المشاركين فيه . وتقوم بعض المنظمات بالإعلان عن مؤتمرها السنوى للعام القادم فى ختام مؤتمرها السنوى هذه السنة . وقد تعقد بعض اجتماعات الأعمال بناءً على مذكرة ترسل قبل عقده بأسبوعين .

والطريقة الأساسية لترويج اجتماع هى استخدام المواد المطبوعة كالرسائل والدعوات والكتيبات الدعائية . وربما تم استغلال الدعايات والإعلان فى مطبوعات عديدة .

البريد المباشر :

وهو العمود الأساسى لعملية تسويق الاجتماعات ، ويمكن عن طريقه إيصال الرسائل والدعوات والنشرات ونماذج الحجز والهدايا ، ومن الممكن توصيلها للمكتب والمنزل للمرشحين المحتملين ، وعادة توفر قائمة المرشحين وقائمة الشركة المعلومات لقائمة العناوين . ويمكن شراء قائمة العناوين ، وقد تكون متخصصة جداً فتورد الأشخاص بعنوان السكن ومستوى الدخل والوظيفة .

- **الرسائل :** وتوفر أسهل وسيلة لإعلام الأشخاص بأن الاجتماع سيعقد ، ويمكن أن تقوم الحاسبات بعمليات الدمج البريدى وطباعة ملصقات المظاريف وجعل العنوان الداخلى والتحية شخصية . ومع أن هذه طريقة ترويجية سهلة إلا أن الكمية الكبيرة من البريد المباشر التى يستلمها الشخص تقلل من اهتمامه بالرسائل الترويجية .

فكر فى طبع أوراق خاصة بالاجتماع تبرز الاسم والشعار والتاريخ . ويمكن عمل تصميم ملصق يحوى هذه المعلومات بوضع على أوراق الرسائل المستخدمة فى المنظمة حالياً .

يمكن للرسائل أن تعلن عن الاجتماع وأن تقدم المعلومات الأساسية حول التواريخ والموقع والتكلفة ، أو تستخدم لتسويق الاجتماع وذلك بإعلام الناس بمزايا وقوائد حضور الاجتماع . وبوضع الشكل رقم (٧-١) نوعين من الرسائل التي تعلن عن اجتماع .

الشكل (٧-١) : نموذج من إعلان عن اجتماع

عزيزي —

تعلن جمعية مصطلحي الانابيب عن مؤتمرها الثالث والعشرين الذي سيعقد في سان فرانسيسكو من ٢١ - ٢٤ مايو ١٩٠٠ م . سيعقد الاجتماع في شيراتون سنتر تاون ، وتجد برفقه بطاقة حجز تقوم بتعبئتها ثم تعيدها مباشرة إلى القفدوق .

.....

عزيزي —

نظم أحدث تقنية في ح.ك . جلب الأمان لوظيفتك ، شاهد أكثر من ٧ عرضاً لآخر أجهزة التركيب . نعم الاجتماع الثالث والعشرين لمصطلحي الانابيب يكاد يصبح حدثاً .

منع نفسك في سان فرانسيسكو التي لا تنسى من ٢١ - ٢٤ مايو ١٩٠٠ م . توفر أحسن فرص الإقامة وأفضل خدمات الأكل في شيراتون سنتر تاون مقر الاجتماع .

لكي لا تنسى ، أرسل بطاقة الحجز اليوم . وسنراك هناك .

- الدعوات : وهي بديل جيد للرسائل . ويمكن أن تكون مطبوعة طباعة متميزة . ومن الممكن أن تكون محفورة ورسمية كبطاقات دعوات الزواج ، أو تكون عادية وودية مكتوبة باليد وتتضمن رسماً كرتونياً . ويحدد نوع الاجتماع والأشخاص المتوقع حضورهم درجة الرسمية المطلوبة .

من الممكن أن يقوم شخص محدد بالدعوة للمشاركة في الاجتماع . وقد يكون ذلك الشخص خبيراً مشهوراً في موضوع الاجتماع ، أو متحدثاً رئيسياً في الاجتماع ، أو شخصية مشهورة . ويرحب المحافظون عادة بدعوة المؤتمرين لمدنهم ، كما يرحب الحكام بدعوة السياح والوفود التجارية .

– **النشرات التعريفية (Bruchures) :** وهي تعطي كل المعلومات الهامة عن الاجتماع وتعتبر مادة أساسية لتسويقه . ويجب أن تحوى هذه النشرات نبذة عن البرنامج ونبذة عن المتحدثين الرئيسيين ، وأوقات الافتتاح والاختتام ومعلومات التسجيل ومعلومات عن مقر الاجتماع وترتيبات المواصلات . ومن الممكن أن تكون هذه النشرات مكونة من عدة أوراق مطبوعة بأربعة ألوان ، أو أن تكون بسيطة . ومن الممكن أن تحوى النشرة بطاقة التسجيل في الاجتماع .

يجب التأكيد والإعلام عن جانبية المكان الذي سيعقد فيه الاجتماع بإرفاق مطبوعات عنه مع بطاقات الدعوة . وبالتأكيد فإن مكاتب الولاية السياحية ومكاتب المؤتمرات والزوار والغرف التجارية ستكون أكثر من مسرورة بتزويد مخطط الاجتماع بالمشورات التي تبرز الأماكن السياحية في المدينة .

– **المطويات :** وهي عبارة عن ورقة أو أوراق مطبوعة أو مصورة تكون مصممة لإرسالها بعد ضيها إلى المشاركين المحتملين بدون تكاليف ظروف . ولكون المطويات قليلة التكلفة فيمكن استخدامها أيضاً كمرفقات في البريد المعتاد ، أو من الممكن إرسالها بكميات كبيرة توضع حيث يراها الأشخاص المحتمل مشاركتهم .

– **نماذج الحجز للاجتماع والفندق :** يجب إرسالها كجزء من الرزمة التسويقية . ويمثل نموذج الحجز للاجتماع أداة تسويق فعالة . وهو المادة التسويقية المطبوعة الوحيدة للعديد من الاجتماعات ، وسيتم مناقشة معلومات التسجيل في الفصل الثامن .

يبلغ مستلمو نماذج التسجيل بإعادتها إلى مخطط الاجتماع . ويمكن أن يكون النموذج بطاقة بريدية (يوضع عليها طابع بريدي) أو جزءاً ينزع من النشرة التعريفية ، أو غالباً ما يكون نموذجاً مستقلاً يعاد على ظرف مع مبلغ رسم التسجيل .

عادة ما تصبح المنظمة خصماً في حالة دفع رسوم التسجيل في وقت محدد . وهذا يوفر نوعاً من الهت للمستملم لاختار قرار سريع بشأن الحضور ، كما يساعد مخطط الاجتماع على إعطاء ضمانات وقتية للفندق فيما يخص الوجبات والترتيبات .

وعادة ما يوفر الفندق نماذج الحجز الخاصة به لبيعها مع مواد التسجيل ، حيث يطلب من الشخص إعادتها إلى الفندق مباشرة . ثم تقوم إدارة الحجز في الفندق بحصر عدد الذين أعادوا نماذج الحجز وتبلغ مخطط الاجتماع بذلك .

- **مواد ترويج المبيعات :** وتسمى أحياناً بالهدايا ، وهي تجذب انتباه الأشخاص

المحتمل حضورهم . ويتم طلب كميات كبيرة من الأقلام وأقلام الرصاص والقبعات والتقاويم وورق اللعب وميداليات المفاتيح ومئات الأشياء الأخرى ثم يتم إرسالها ، وتعلن هذه المواد اسم راعي الاجتماع وشعار الاجتماع وتاريخ ومكان انعقاده ، وذلك عندما تسمح الميزانية ، وعندما تكون هناك حاجة لبذل كل جهد لزيادة عدد المشاركين .

ومن الممكن ربط الهدايا بشعار الاجتماع وتوجيهه ، أو استخدامها لنقل طبيعة الاجتماع ، إن إرفاق قصاصة من الورق الملون الذي يعلق في الاحتفالات مع دعوة الاجتماع بعضى المستلم انطباعاً بأن الاجتماع سيكون احتفالاً .

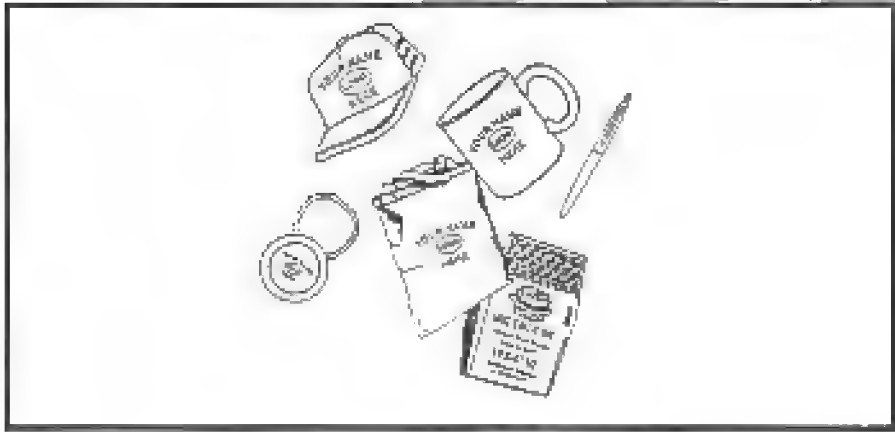
قامت إحدى الغرف التجارية مؤخراً بعقد حفل جمع تبرعات واستخدمت قرصاً بلاستيكياً يستخدم للعب (frisbee) مطبوعاً عليه معلومات عن الحفل - كبطاقات دعوة - ومع أن هذا كان مكلفاً أكثر من الدعوات المحفورة على الورق فإن من المؤكد أن القرص قد جذب انتباه الجميع عندما سلم يتويماً للمسجلين في قائمة المدعوين .

وكما ذكر في الفصل الخامس فإن مكتب المؤتمرات والزوار ومنظمات التسويق عن بعد يكون لديها في بعض الأحيان مواد دعائية تتبرع بها للمنظمات التي تعقد اجتماعاتها الهامة في منطقتها . فقد تقدم نيويورك في ولاية رود آيلاند ميدالية مفاتيح على شكل قارب شراعى ، وقد تستخدم سيارات إبرة فضائية . كما قد يستخدم منتجع في أعالي ولاية نيويورك كرسياً (على شكل سلسلة جبال أديرونداك) . وقد تقوم منظمة التسويق عن بعد بشراء والتبرع ببعض الهدايا كجزء من ترتيباتها الترويجية مع المنظمة راعية الاجتماع .

وهناك هدايا ترويجية أخرى يمكن أن تقدم من قبل الفندق ، كعلب الكبريت ، والمناديل ، والأقلام ، والأوراق ، ونسخ مصغرة من قوائم الطعام ، ويكون مطبوعاً عليها

جميعاً اسم الفندق ، وهي أشياء توفرها معظم الفنادق وتسعد بتقديمها للنشاط التسويقي للاجتماع . إن إرفاق شيء من هذه المواد مع المواد التسويقية المرسلة قد يكون عملاً فعالاً . وتذكر أن كلاً من مقرر عقد الاجتماع والمدينة التي يعقد فيها يستفيدون من استضافة الاجتماع ، مما يعني أن طلب هذا النوع من المساعدة عمل معقول . ويظهر الشكل (٧-٢) عينات من الهدايا .

الشكل (٧-٢) عينات من الهدايا



الدعاية والإعلان :

من الوسائل المستخدمة للتسويق : الرسائل الاخبارية والمجلات والصحف وهذه تحمل معلومات الاجتماع في شكل إعلان مدفوع القيمة وفي شكل إعلام مجاني . وعندما تريد منظمة أن تعلن عن اجتماعها يقوم مخطط الاجتماع بتحديد المطبوعات المرغوبة ويجمع معلومات عن تكلفة المساحة الاعلانية ، ونواحي الإصدار ، وآخر المواعيد لاستقبال الإعلانات ، والمادة الفنية التي قد يحتاجها الإعلان . من الممكن أن يصمم الإعلان على شكل إعلان تستخدم في تصميم خطوط مختلفة ، أو من الممكن أن يكون عملاً إبداعياً ملوناً من إنتاج شركة إعلانات .

الإعلام هو دعاية مجانية . وعندما تبرز مطبوعة معلومات عن اجتماع كخبر أو كحقال فإن الرغبة والمشاركة في الاجتماع ستزداد . ويمكن عمل النشاط الإعلامي عن طريق إرسال أخبار إلى المطبوعات المختلفة . ويقوم مخطط الاجتماع بتجميع قائمة بوسائل الإعلام المناسبة التي من المحتمل أن تنشر معلومات عن الاجتماع . ويمكن أن يعلن في مسابقة صحفية (مادة صحفية تقدم إلى الجريدة أو المجلة مسبقاً لكي تنشر في وقت تال محدد) تاريخ ووقت الاجتماع واسم منظمة والمتحدثين الرئيسيين ، وملخص لمحتوى البرنامج .

وربما قامت المنظمة الراعية للاجتماع بنشر رسالتها الاخبارية أو مجلتها الخاصة . وإذا كانت الدعوة للاجتماع شاملة لجميع الأعضاء ، فيجب عمل إعلام مكثف عن الاجتماع في الرسالة الإخبارية أو المجلة .

وعادة ما ترحب المنظمات الأخرى التي تماثل أهدافها ومهامها المنظمة الراعية للاجتماع بتسويق إعلان عنه أو نشر مقال في مطبوعاتها . وعند الرغبة في زيادة عدد الحضور للمؤتمر ، فإن اجتماعات توليد الأفكار (brainstorming) التي يعقدها الأشخاص المعنيون بالاجتماع تساعد في الخروج بأفكار إبداعية لتحديد المطبوعات التي يرسل بشأنها نشرة صحفية أو توضع على إعلان عن الاجتماع .

على سبيل المثال ربما رحبت جمعية مزارعي زهور الترجس الأمريكية بجمعية مزارعي زهور الخزامى الأمريكية لحضور مؤتمرها . وفي مقابل ذلك سيكون مزارعو الخزامى سعداء بأن يعلنوا عن المؤتمر القادم لمزارعي الترجس . وعلى نفس المنوال فإن اجتماعاً للصيادلة قد يجتذب مشاركين عن طريق وضع إعلانات في مجلات الجمعيات الطبية .

وتحتفل مجلات إدارة الأعمال بالإعلانات والمواضيع التي تهم قراءها . وإذا كانت الجهة المنظمة للاجتماع لا تهدف إلى الربح فربما تنشر إعلانها مجاناً .

الأحداث الترويجية :

قد يتم تسويق اجتماع قادم خلال اجتماع قائم . فعلى سبيل المثال إذا كان المؤتمر السنوي للعام القادم سيعقد في نيو أورليانز ، فربما أقيم حفل غداء خاص في اجتماع

هذه السنة للإعلان عنه . ومن المحتمل أن تقدم الغرفة التجارية بعض الهدايا وبالتأكيد نشرات تعريفية لذلك الغداء . ولتحريك شهية الحاضرين لنور أورليانز فإنه من المحتمل أن تتضمن قائمة الطعام أكل كاجون (نوع من الأكل الصيني) أو طعاماً فرنسياً .

وقد تعتمد المنظمات الوضعية على مكاتبها المحلية أو فروعها لتسويق الاجتماعات العامة . ومن الممكن أن يرسل المكتب الرئيسي مقترحاً إلى منطقة محلية لتشجيع الحضور . وربما تم إرسال مواد دعائية للمنظمات المحلية لتوزيعها .

هناك وسائل عديدة تستخدم لتسويق اجتماعات المستهلكين ، والتي هي حسب التعريف مفتوحة للجميع . وهناك منها : المؤتمرات الصحفية ، وحفلات التعريف ، وفص الشريط . وهي تجتذب الإعلام والتصوير ، وتجذب بيوها اهتمام العامة ، وتقوى الرغبة في حضور الحدث (الاجتماع) .

ويقوم منظم الاجتماع بتنسيق وجدولة وتنظيم هذه النشاطات الترويجية . والهدف منها هو إعلام كل من يرغب في المعرفة عن الاجتماعات المستقبلية ، وأيضاً لزيادة عدد الحضور .

التسويق من بعد :

قد تكفى مكالة هاتفية كافية لإقناع شخص بأن يحضر اجتماعاً . خصوصاً إذا كان شخصاً مرموقاً في المنظمة ولم يرسل نموذج حجز الاجتماع . فإن مكالة من أحد المسؤولين عن الاجتماع ضرورية . وعند تنظيم اجتماع وطني أو إقليمي فإن محادثة المكاتب المحلية أو الفروع وسيلة نافعة للتسويق ، وكذلك لمعرفة عدد المنطويين الذي سيحضرون الاجتماع من تلك المناطق .

ويمكن أن يُجرى هذه الاتصالات الهاتفية المسؤولون أو المديرون أو العاملون المخصصون لذلك أو العاملون في المنظمة بشكل عام .

كما يمكن من جهة أخرى استئجار مسوفين هاتفين محترفين للاتصال بالمشاركين المحتملين . ويجب على المخطط أن يوفر لهم خصوصاً رقيقة لما سيقولونه ، ويقدم لهم تدريباً على ذلك ، خاصة إذا كان سيتم قبول الحجز بالهاتف .

تصميم مواد التسويق :

يجب أن توصل مواد تسويق الاجتماع رسالة إلى المشاركين المحتملين بأن الاجتماع هام ويأن حضورهم أمر مرغوب .

ويجب أن يشمل تصميم المواد الترويجية شعاراً للاجتماع يتيح سرعة التعرف على الشركة أو المنتج . فمثلاً (أى بى إم) و (أميركا إيرلانز) و (شيراتون) و (كوكاكولا) هي نماذج لشركات لها شعارات عالمية معروفة .

وتبنى كثير من الاجتماعات عبارة تلخص أهداف الاجتماع وتؤدى إلى الخروج بشعار للاجتماع . ويمكن أن تصاغ عبارة أهداف الاجتماع فى جملة قصيرة . وربما تقود الأشياء المعتادة إلى صياغة عبارة أهداف الاجتماع ، فعلى سبيل المثال : المظلات الشمسية ، والتفاح ، والبضائيات ، وقارعات الأبواب ، والسكاكين الجيبية هي بعض الأشياء التي قد تقترح عبارات أهداف . كما يمكن استخدامها كهدايا لتسويق اجتماع . مثلاً قد تقود ميدالية مفاتيح مع مفتاح إلى الخروج بعبارة 'فتح الباب للمستقبل' . وورقة مقلدة لفئة (٦٠٠) دولار قد تؤدى بـ 'زيادة الأرباح' .

ويجب أن يكون شعار الاجتماع جزءاً رئيسياً فى جميع مواد الاجتماع . ويؤدى استخدام الشعار إلى استمرارية الأوراق المطبوعة وإلى إعطاء المخططة صورة مميزة .

وعند تقييم مواد تسويقية يجب على مخطط الاجتماع أن يضع المعلومات التالية فى ذهنه :

- **حروف الطباعة :** تتوفر أنواع جذابة من حروف الطباعة للرسائل والدعوات والنشرات التعريفية والمضويات ، وذلك بفضل النشر المكتبي وضابعات الليزر والصور الواضحة النظيفة الجاهزة للطباعة ، والتي بالإمكان إنتاجها فى كثير من المكاتب . وللمطبوعات التسويقية عليك اختيار حروف طباعة سهلة القراءة بحجم مناسب للقراءة المريحة ، واترك مساحات بيضاء فى الورقة حتى لا تضغط المادة المطبوعة .

ويوضح الشكل (٧-٢) عينة لبعض الحروف الطباعية .

المشكل (٧-٣) نماذج من حروف الطباعة (بكلمات عربية)

أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً
جزيرة	إعلاني	نديم
أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً
سبائك	ثلاث	كوفي
أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً	أهلاً وسهلاً
ذهب	ديواني	فاطمي

- نوعية الورق : إن نوعية الورق الذي تطبع عليه المواد التسويقية يعطي انطباعاً عن درجة رسمية الاجتماع ، فإذا كانت رسوم التسجيل لطفة مدتها يومان هي (٥٠٠) دولار ، فإن الناس يتوقعون أن تطبع المادة على شيء أفضل من ورق التصوير العادي .

ويتم تقييم الورق حسب وزنه ، فالورق الثقيل يعطي انطباعاً بأنه أحسن شكلاً وأعلى ثمناً ، وهو بالطبع كذلك ، والخبر في أغلب الأحوال لا ينتشر على ورق ثقيل ، مما يجعله أكثر مناسبة للطباعة على الوجهين .

ولمجان الورق كذلك يعكس الجودة ، فالورق اللامع ، والذي يسمى الورق المصقول ، يعطي لغة تدل على الجودة والرقى ، وهو أعلى قليلاً من الورق غير المصقول .

وأيضاً ملمس الورق ، فالورق المجعد أو المحبوك يعطي انطباعاً بالجودة ، ومع أن الورق المحبوك أغلى ، إلا أنه يكون في بعض الأحيان هو الورق المناسب لنقل رسالة رقيقة عن جو ومستوى الفخامة المميز لبعض الاجتماعات .

- اللون : تعطى الألوان معاني وصورة عن الجو العام ، فاللون الأصفر يوحي بالشمس والفرح ، والأحمر والابيض والأزرق يوحي بالوضعية (ألوان العلم الأمريكي)

واللون الخمرى والأزرق البحري والبيج توحى بالصفاء ، ويجب أن يتناسب لون الورق ولون الحبر مع طبيعة الاجتماع ونوع المنظمة .

ويمكن تخفيف الحبر لأعضاء مظهر مختلف ، فيمكن تخفيف الأحمر ليصبح بنفسجياً بامتاً ، وتظهر الألوان المختلفة للورق الألوان المختلفة للحبر بدرجات مختلفة ، ويجب أن يكمل كل منهما الآخر .

إن استخدام لون واحد من الحبر لا يزيد كثيراً في تكلفة الطباعة ، وكذلك استخدام الورق الملون ، وهذه البدائل غير المرتفعة التكلفة من الممكن أن تعطي شعوراً بالجودة ولمسة من المرح لأي مواد دعائية لاجتماع ، وتذكر أن استخدام الصور بأربعة ألوان مكلف جداً ، فتكلفة فصل الألوان والطباعة عالية ، وقليلة هي المنظمات أو الشركات التي لديها ميزانيات تسويق تسمح بذلك .

وتذكر أن عمليات تجهيز المواد المطبوعة بدءاً من المسودة ومروراً باستلام العرض ، والصف التصويري ، والطباعة والطي ، ووضعها في المظاريف ووزنها وإرسالها بالبريد ، تأخذ العديد من الأسابيع ، لذلك من الأفضل أن تبدأ بتحضير المواد المطبوعة قبل شهرين على الأقل من التاريخ المقرر إرسالها فيه بالبريد .

تكاليف التسويق :

إذا كان نجاح الاجتماع يقاس بعدد المشاركين ، فلا بد أن تكون لتكاليف التسويق حصة كبيرة في ميزانية الاجتماع . والحسن الحظ فإن معظم تكاليف التسويق يمكن تقديرها بدقة ، فالصحف والمجلات تنشر أسعار الإعلانات فيها . وتكاليف الطباعة من الممكن قياسها بدرجة كبيرة من الدقة . ولكن تكاليف النشاطات (الاحداث) التسويقية والتسويق الهاتفي ليست سهلة التحديد لأنها غالباً تعتمد على تكاليف العمالة .

ونظراً لأن جزءاً كبيراً من النشاط التسويقي يتضمن البريد المباشر ، فلا بد من حساب تكاليف الطوابع . ويجب على المخطط أن يحدد عدد الإرساليات البريدية المناسبة . وفيما يلي مثال على جدول ينظم ذلك :

المدة قبل الاجتماع	المادة
٥ أشهر	إعلان .
٤ أشهر	دعوة رسمية .
٣ أشهر	معلومات جغرافية عن الموقع ومعلومات عن الفندق .
شهران	مطوية تذكيرية .

ففي هذا المثال هناك أربع إرساليات بريدية للمشاركة . تذكر أن وزن المادة المرسلة يؤثر على تكلفة الطوابع . فمثلاً تكلفة إرسال مشرة تعريفية وعلية ثقاب من الفندق وخريطة للمدينة أكثر من كلفة إرسال مطوية إعلان .

ويمكن تحقيق توفير كبير باستخدام البريد الأقل درجة (درجة ثالثة) بدلاً من بريد الدرجة الأولى . ولإرسال البريد بالدرجة الثالثة فإن الأمر يحتاج إلى بعض العمل والتجهيز : لأنه لا بد من تصنيف الرسائل حسب الرمز البريدي . ثم ربطها مع بعضها ووضع الملصقات عليها . ويمكن أن تقوم بهذه المهمة مكاتب متخصصة في البريد من الدرجة الثالثة ولكن بمقابل . وتحصل المنظمات التي لا تهدف إلى الربح على تخفيض في الطوابع ، ويحق لها استخدام الدرجة الثانية في البريد والتي هي أكثر توفيراً . ويمكن أن تقدم مكاتب البريد المحلية النصيحة للمنظمات حول إرسال المواد بالبريد . ومن الممكن أن يُعلموا المنظمات بعدد قطع البريد التي يحتاجونها ليتمكنهم الإرسال بالدرجة الثالثة وطريقة تنظيمها .

ولحساب تكاليف البريد ، اضرب عدد القطع المرسلة في قيمة الطوابع ، فعلى سبيل المثال لو كان هناك (١٠٠٠) عضو جمعية ما . وكانت التكلفة المطلوبة (١٩) سنتاً في الدرجة الثالثة من البريد . فإن تكلفة الإرسال ستكون (١٩٠٠) دولاراً .

يمكن شراء العديد من أنواع القوائم البريدية . فإذا كانت المنظمة التي تعقد الاجتماع تود أن تزيد عدد الأشخاص المدعوين ، فمن الممكن أن تقوم بشراء قائمة بريدية ثم ترسل الدعوات للأشخاص الواردة أسمائهم وعناوينهم في القائمة ، وعلى

سبيل المثال فمن الممكن أن تقوم جمعية لبحوث الحاسب بشراء قائمة بريدية بالاساتذة الذين يدرسون الذكاء الصناعي لتتمكن من دعوتهم لاجتماعها .

وكما ذكر سابقاً فإن تكاليف الطباعة تختلف حسب نوعية الورق والحبر المستخدم ، فالورق الثقيل أغلى سعراً ، وأكثر تكلفة عند إرساله بالبريد من الورق الخفيف ، وبالتأكيد فإن عدد الصفحات يؤثر في تكاليف الطباعة والبريد . كما أن الضاعة على وجهي الورقة تضاعف تكلفة الطباعة ولكنها تقلل عدد الصفحات ، ولهذا يقل الوزن وتكاليف البريد . والطي والتدريس والتغليف تزيد كذلك من تكاليف الطباعة .

وكما زاد عدد النسخ لمادة معينة انخفضت في العادة تكاليف طباعة النسخة الواحدة . فمثلاً : تكلفة طباعة (١٠٠٠) نسخة من مطوية على ورق وزنه (٦٠) رطلاً من النوع الأبيض الممتاز يكون واحد على وجه واحد من الورقة (٦٩) دولاراً تقريباً ، أي (٦٩) سنتاً للنسخة الواحدة ، بينما لو تم طبع (١٥٠٠) نسخة من نفس المطوية فإن التكاليف الكلية تكون (٨٧) دولاراً ، أي (٥٧) سنتاً لكل نسخة . انظر الجدول رقم (٧-١) الخاص بتكاليف الطباعة العادية لـ (١٠٠٠) نسخة من مطوية على وجه واحد من الورقة .

الجدول (٧-١) : مقارنة بين تكاليف الطباعة

لون الورق	وزن الورق	لون الحبر	التكلفة
أبيض	٦٠ رطلاً	أسود	٥٣.٤٢ دولاراً
أبيض	٦٠ رطلاً	أحمر	٦٩.٠٩ دولاراً
أزرق	٦٠ رطلاً	أسود	٥٥.٣٩ دولاراً
أزرق	٦٠ رطلاً	أحمر	٧١.٠٧ دولاراً
أبيض	٧٠ رطلاً	أسود	٥٦.٠٥ دولاراً
أزرق	٧٠ رطلاً	أسود	٦٢.١٨ دولاراً

تشمل تكاليف النشاطات الترويجية الدعوات والوجبات وتكاليف الغرف (أي بعبارة أخرى التكاليف المعتادة للاجتماعات) ، وفي بعض الأحيان تتولى منظمة أو شركة رعاية النشاط الترويجي ، ولذلك فلا يتكلف راعي الاجتماع شيئاً .

كذلك يختلف تكلفة التسويق عن بعد إذا تم تكليف مسوق متخصص محترف لنشاط تسويقي كبير عن بعد ، فيجب أن يتوقع مخطط الاجتماع أنه سيكون هناك تكلفة لكل ساعات عمل بالإضافة إلى مكافأة إنجاز ، وللتوفير ، فإنه يمكن تشغيل أعضاء المنظمة ليقوموا بإجراء المكالمات الهاتفية .

نذكر أن لكل اجتماع طريقة تسويقية مختلفة ، وبإمكان المخطط استغلال إحدى الطرق المقترحة أو استخدامها كلها ، وغالباً ما يكون المخطط مسؤولاً عن تصميم الخطة التسويقية وتنظيم المادة التسويقية والإشراف على الجهود التسويقية ، وفيما يلي نموذج تأشير تسويقي لمواد اجتماع .

نموذج تأشير تسويقي :

حدد الجمهور .

حدد جاذبية الاجتماع .

اختر وجدول طرق التسويقية ، قد نحتاج إلى ورقة إضافية لكل نشاط تم التخطيط له .

الهواية :

اختر وسيلة إعلامية للإعلانات المدفوعة الثمن .

الوسيلة	تاريخ النشر	آخر موعد
.....
.....
.....

الإعلام :

اختر وسيلة للإعلام والمسابقات الصحفية ، وأعد قائمة بالوسائل الإعلامية ،

.....
.....
.....

اليوم المباشر :

المواد	صممت	طبعت / أعيدت	تاريخ الإرسال
الرسائل			
الأوراق المكتبية			
نشرات			
النشرات التصويرية / المطويات			
نماذج حجز			
نماذج حجز الفندق			
مواد الفندق			
الهدايا			
نشرة خصم شركة الطيران			
نشرة خصم شركة تأجير السيارات			
مواد مكتب المؤتمرات والرواق			

الأنشطة الترويجية :

النشاط	المكان	التاريخ
.....
.....

خطة التسويق من بعد :

إلى	التاريخ	شتون الموظفين
.....
.....

نشاطات الفصل :

قم بتصميم خطة تسويق شاملة لاجتماع حقيقي أو تخيلي وإملاً نموذج التأثير التسويقي . بإمكانك استخدام عينات مطلوبات الاجتماعات التالية لتحضير الخطة التسويقية واختيار المواد والأساليب . وضح أى نموذج رسالة . أو مطلوبة . أو نشرة تعريفية ، أو إعلان ، أو مسابقة صحفية نخطط لاستخدامها . بإمكانك استخدام رسومات مبدئية أو استخدام القص واللصق من المجلات .

تخطط جمعية مدبري المدارس الثانوية التجارية المستقلة لعقد اجتماعها السنوي في مدينة لاس فيجاس من ٢٦ - ٢٩ مارس ١٩٠٠٠ . وسيعقد الاجتماع في فندق لاس فيجاس تريبل بالاس . ويبلغ مجموع الأعضاء (٦٠٠) عضو . وقد شارك في اجتماع العام الماضي (٩٧) شخصاً من أنحاء البلاد .

من المواضيع التي سيتم التطرق لها الانظمة الفيدرالية الجديدة المتعلقة بالأسبسنوس في المدارس ، والتأمين الصحي ، وخطط التقاعد ، والتأمين ، وإدارة المخاطر . وعلى الرغم من أهمية وجدية مواضيع الاجتماع ، فإن أغلب المشاركين يحضرون بغرض التواصل فيما بينهم . وخلال مدة الاجتماع (ثلاثة أيام) سيكون تناول الأكل في المطاعم المحيطة . وهناك خطة لزيارة ناد في الليلة الثانية . وقد تم اختيار عبارة (رعاية التعليم) كشعار للاجتماع .

وسيقوم عشرة عارضين من البنوك وشركات التأمين وشركات الخدمات الصحية بعرض منتجاتهم وخدماتهم . وكمخطط اجتماع ، فانت ستطلع إلى أن تتجاوز أعداد الحضور هذه السنة أعدادهم في العام الماضي . فحدد خطتك التسويقية المفضلة . بما فيها الأساليب والتوقيت .

الفصل الثامن

التجهيزات الخاصة بالاجتماع

بعد الانتهاء من هذا الفصل ستكون قادراً على :

- ١ - تحديد أنواع التجهيزات (المواد) المطلوبة تمهيداً للاجتماع .
- ٢ - تقدير حجم المستلزمات المطلوبة .
- ٣ - اقتراح تصاميم للمواد المطبوعة .

تشاهد في بعض الاجتماعات أو المعارض مشاركون يحملون أكياساً كبيرة مليئة بالمشورات والكتيبات والمطويات ودعوات وإعلانات وقسانم ومواد أخرى ، بينما في اجتماعات أخرى لا يحملون إلا برنامج اللقاء الذي لا يتعدى مقاسه (٨ × ١٢) سم . بحيث يمكنهم وضعه في جيوبهم أو حقائبهم التي يحملونها .

وإضافة إلى المطبوعات الدعائية هناك مطبوعات أخرى تجهز إما للتوزيع أو للاستخدام أثناء الاجتماع ، لذا يجب تجهيزها وتصميمها ، ونسخها ، وطباعتها ، وطلبها ومن ثم توزيعها . وعادة ما تجهز هذه الأشياء بواسطة الهيئة الخاصة بالتخطيط للاجتماع قبل بدئه ، غير أنه في بعض الأحيان قد يستلزم الأمر تجهيز مطبوعات أثناء عقد الاجتماع .

وتتطلب كل الاجتماعات تقريباً نموذج تسجيل برنامج مطبوع خاص بالاجتماع . كما تتطلب أغلب الاجتماعات قائمة تسجيل الحضور حتى لو لم يكن لها حاجة إلا لأغراض محاسبية . وإذا كان المشاركون لا يعرفون بعضهم فسوف يكون من المفيد استخدام بطاقات تعريف . وإذا كان اللقاء أو المؤتمر يتضمن معرضاً تجارياً كبيراً ، فإنه بتعين إعداد قائمة لحصر المشاركين في العرض والبانعين . وإذا كانت هناك حاجة لضبط عملية الدخول لبعض المناسبات الخاصة بالمؤتمر أو لحصر عدد وجبات الطعام ، فإنه ينبغي طبع بطاقات لهذه الأغراض . وإذا كانت نشاطات المؤتمر تقام في أماكن متعددة فإنه يجب تجهيز قائمة بالمواصلات لتوزيعها .

كما أن استخدام اللوحات الإرشادية سوف يضمن انتقال الناس من قاعات الطعام إلى قاعات المحاضرات بسهولة ويسر . ويوضح الفصل الثامن كيفية إعداد هذه المستلزمات المختلفة الخاصة بالمؤتمر .

نماذج التسجيل والحجز :

تعتبر هذه النماذج جزءاً من الإرسالية الإعلامية التي عادة ما ترسل ضمن مطبوعات ما قبل المؤتمر ، حيث إن الغرض من النموذج عند إرساله قبل المؤتمر هو حجز مكان للمشاركة ، وعندما يبدأ المؤتمر فإن النموذج يساعد في حصر عدد الحضور وعدد المقاعد والوجبات اللازمة لهم . كما أن هذه النماذج توفر أيضاً

معلومات للقائمين على المؤتمر ، وذلك بخصوص الخدمات المكلمة مثل المواصلات خلال عقد المؤتمر . كذلك فعندما يقرر البعض المشاركة في المؤتمر في أول أيامه بون أن يكون لهم حجز سابق ، فإنه يجب توفير بطاقات تسجيل في الموقع المخصص للتسجيل (انظر الفصل التاسع للحصول على معلومات عن تنظيم الحجوزات والتسجيل) .

ما هي المعلومات المطلوبة في نموذج الحجز الخاص بالمؤتمر ؟

تطلب عادة البيانات التالية .

(١) الاسم بالكامل :

أحياناً يُستفسر في النموذج عن الطريقة التي يرغب المشارك أو المشاركة أن يظهر بها الاسم في بطاقة التعريف .

(٢) طبيعة المنظمة أو الحرفة الخاصة بالمشارك :

إذا كان الاجتماع للجمعية العمومية لشركة ما ، بحيث إن من يشارك في الاجتماع يكون من نفس الشركة ، فلا داعي لأن يُطلب من المشارك تحديد اسم المؤسسة التي يعمل فيها على نموذج التسجيل . ونفس الشيء يقال لو كان الاجتماع خاصاً بمؤتمر سنوي لهواة زراعة نوع ما من الزهور ، فليس من الضروري معرفة أسماء المؤسسات التي يعمل بها المشاركون أو طبيعة أعمالهم .

(٣) العنوان :

يطلب عادة عنوان العمل وعنوان المنزل إذا كان ذلك ضرورياً .

(٤) الهاتف :

يطلب رقم هاتف المنزل والعمل إضافة إلى أرقام الفاكس إذا كان ذلك مناسباً .

(٥) تواريخ الوصول والمغادرة :

تفيد هذه المعلومات في معرفة ما إذا كان المشارك سوف يحضر كافة نشاطات المؤتمر ، كما أنها تفيد أيضاً في عملية ترتيبات المواصلات .

(٦) الجلسات والوجبات التي يخطط المشاركون لحضورها :

يمكن استخدام نموذج التسجيل كأداة لحجز مكان للمشارك في الاجتماعات الجانبية أو الجلسات التي يرغب في حضورها . كما يوضح في النموذج أيضاً ما إذا كان المشارك يرغب في الاشتراك في الوجبات الجماعية .

(٧) جنس المشارك أو مع من يرغب المشارك أن يبيت في الفندق :

تستخدم هذه المعلومات عن طريق الجهة المنظمة للمؤتمر لتوزيع الفرق بناء على رغبة المشاركين . ويراعى أنه أحياناً يطلق الاسم الواحد على كلا النوعين (الذكر والانثى) . فيعرض بعض المشاركين مقدماً من سيشتركهم غرفة الإقامة . كما يسأل بعض المخطمين إذا كان المشارك يدخل أم لا .

(٨) طريقة الدفع :

قد يكون هناك رسم للتسجيل يكون الهدف منه حجز مكان للمشارك في اللقاء . إلا أنه ليس لهذه المعلومة فائدة إذا كانت المنشأة التي ينتمي إليها المشارك ستتحمل النفقات . غير أنه في معظم المؤتمرات التي تنظمها الجمعيات يدفع المشارك رسومه بنفسه . إلا أن بعض أرباب الأعمال يتحملون مصاريف موظفيهم الذين يشاركون في المؤتمر .

والمعلومات التي تخص طريقة الدفع تمثل عادة خانة (المبلغ مرفق) يوضح عليها المشارك أو قد تكون خانة يوضح بها رقم بطاقة الانتماء ، وتاريخ انتهائها ، وتوقيع المشارك ، كما يمكن أن تساعد المعلومات الواضحة في نموذج التسجيل في الحصول على سجل بيانات كامل عن المشارك . إذا ، فعندما تضاف النموذج معلومات على شكل أسئلة ديموغرافية مثل : طبيعة عمل المنشأة - عدد العاملين - حتى الطعام والهوايات المفضلة ، فإنه يتكون لدى مخطمي المؤتمر سجل بيانات متكامل عن المشارك .

ويبين الشكل رقم (٨-١) عينة لنموذج خاص بمؤتمر .

الشكل (٨-١) : عينة لنموذج تسجيل

مؤتمر (مكتب القد)		
تنظمه		
جمعية التعليم التجاري		
٩٠٨٧ يونيو ١٩ م		
الاسم :		
المؤسسة التي تنتمي إليها :		
العنوان :		
هاتف العمل :	الفاكس :	هاتف المنزل :
طريقة الدفع :	() بـ شيك	() نقداً
هل ستسكن في الفندق ؟	() نعم	() لا
عدد الليالي :		

جداول الأعمال / والبرامج :

إن الهدف من برنامج الاجتماع هو إرشاد الحاضرين لما سيحدث خلال الاجتماع ، فالبرنامج يوضح من بين ما يوضح الجلسات وأوقاتها ومواقعها ، حتى في الاجتماعات الصغيرة فإنه يتعين طباعة جدول أعمال للحاضرين ، كما أن البرنامج يستخدم كأداة دعائية ، مما يدفع المنظمين إلى طباعة عدد كبير منها خلال مرحلة التخطيط للمؤتمر ، وهذه البرامج المبدئية قد تختلف بعض الشيء عن آخر برنامج يوزع خلال المؤتمر .

ويمكن أن يكون البرنامج بسيطاً وواضحاً على شكل صفحة مطبوعة توضح ثلاثة أنواع من المعلومات هي : ماذا ؟ ومتى ؟ وأين ؟ . فلو أخذنا جدول أعمال اجتماع جمعية عمومية فقد يوضح فقط تسلسل ما سيدور في الاجتماع مثل : إقرار محضر

الاجتماع السابق ، ومناقشة تقارير اللجان والتقارير المالية ، وأمور قديمة أو أخرى استحدثت .

ومن ناحية أخرى ، قد يكون البرنامج مفصلاً للغاية ، فقد يشتمل على صور ومعلومات شخصية خاصة بالمتحدثين ، وقد يشتمل على مخطط للجلسات المختلفة وخلاصات عنها ، وملاحظات المتحدثين وأوراق خاصة لكل جلسة ، كما أنه يمكن إعادة طبع بعض البحوث العلمية وإرفاقها بالبرنامج . ففى هذه الحالة يتعين على منظم المؤتمر أن يتصل بأصحاب تلك البحوث للحصول على الأوراق وإعادة طبعها لإصدارها فى كتب سير وتوصيات المؤتمر . ويمكن استخدام صفحات من البرنامج لأغراض دعائية تبايع الراغبين .

وعادة ما يتم طباعة أسماء أصحاب المعروضات ومن يتولى رعاية المؤتمر أو بعض نشاطاته بشكل بارز فى دليل البرنامج وذلك من باب الإشادة بإسهاماتهم ، لكن إذا كان هناك عدد كبير من الحاضرين والوكلاء فمن الأفضل استخدام قائمة منفصلة خاصة بهم .

وتحدد كمية المعلومات التى ستوضع داخل دليل البرنامج حجمه وطريقة تصميمه ، وبالتأكيد كلما زاد حجم المعلومات التى توضع داخل الدليل ، زاد حجمه ، فإذا تضمن دليل البرنامج مقتطفات من كلمات المتحدثين ، وملحوظات ، وكتاباتهم ، وصورهم ، ومعلومات عنهم ، فسوف يصبح حجم الدليل بحجم الكتيب . لذلك فإن من ينظم المؤتمرات عادة ما يوفر للمشاركين ملفات ليضعوا بداخلها مطبوعات المؤتمر .

ويمكن إنتاج هذه الملفات خصيصاً لهذه المناسبة بحيث تحمل اسم المؤتمر وشعاره وتاريخ الاعتقاد ومكانه ، وقد تسارع منظمة خارجية لتقديم هذا الملف مجاناً إذا سمح لها بأن تستخدم غلافه (الخارجي) للدعاية لها (الخارجى) مثل بعض الغرف التجارية . وعلى منظم المؤتمر أن يتذكر أنه حتى لو كان دليل المؤتمر بسيطاً فى محتواه ، فإن استخدام شعار مميز وأوراقاً وحبراً ملوناً سوف يولد انطباعاً لدى المشاركين بأن هذا الحدث هو حدث مميز .

إن عدد الأدلة التي نطبع يعتمد طبعاً على عدد الحضور المتوقعين في المؤتمر ، لذا فعلى المنظم أن يأخذ في حسبانته عدد الذين سجلوا للحضور وعدد المتحدثين . والضيوف الخاصين ، وموظفي الجهة الراعية . وعدد الذين يتوقع أن يسجلوا يوم الافتتاح : لتحديد عدد الأدلة التي نطبع . وإذا كان الدليل سوف يستخدم كثافة دعائية ترسل بالبريد ، فيجب زيادة عدد الأدلة التي تطلب بحيث تكفي عدد المرسل إليهم بريدياً .

وعلى منظم المؤتمر أن يتوقع فقد البعض لنسختهم من الدليل . كما أن الكثير يحتاجون إلى أكثر من نسخة من البرنامج ، فنسخة يرفقونها مع مطالبهم بالتعويض . وأخرى ترفق مع أوراق مصلحة الضرائب . كما أن نسخاً من الدليل ترسل إلى بعض وسائل الإعلام . وأحياناً ترسل نسخ لأناس لا يتوقع أن يشاركوا في اللقاء . لذلك فإنه يجب طباعة (١٠ /) على الأقل فوق العدد المقرر أصلاً .

بطاقات التعريف :

تعتبر عبارة (مرحباً .. اسمي هو) طريقة عالية مستخدمة في بطاقات التعريف . إن استخدامها يضيف نوعاً من الانتماء . حيث إن الناس يلتقون ببعضهم ويحيون بعضهم بعضاً داخل المصاعد ، وداخل قاعات المؤتمر العامة ، إذ إنهم يدركون عن طريق استخدامهم للبطاقة أنهم أتوا لحضور نفس الاجتماع .

كما يمكن استخدام بطاقات التعريف لتمييز بعض المشاركين في المؤتمر أو لتمييز بعض المتحدثين أو بعض الضيوف ، كما أن الكثير من المنظمات أعضاء عابرين وأعضاء مميزين ، وعن طريق استخدام الألوان أو عن طريق إضافة بعض الكلمات مثل (المتحدث فلان) أو (الضيف فلان) ، يمكن تمييز هؤلاء من أولئك .

وتستخدم بطاقة التعريف كإثبات على التسجيل الرسمي ، حيث إن من لا يضعها لا يسمح له بدخول الجلسات أو الوجبات ، وإضافة إلى ما سبق ، فإن بطاقات التعريف يمكن استخدامها لتقسيم المجموعة الكبيرة إلى مجموعات أصغر . فمثلاً يوجه المشاركون الذين تحمل بطاقاتهم إطاراً أصفر أن يذهبوا إلى الجلسة رقم (١) ، بينما يذهب الباقون للجلسة رقم (٢) ، كما أن استخدام الألوان برموز وأنماط معينة

يمكن أن يشير إلى تقسيم جغرافي معين أو نوع معين من العضوية داخل المنظمة ، أو صفة العضوية ، إلى جانب أشياء أخرى .

وتوجد في محلات التجهيزات المكتبية بطاقات للتعريف تعرف أحياناً بـ (بطاقات مرحباً) أو بطاقات شبيهة لها . وهي مناسبة لاجتماع صغير أو غير رسمي ، وهذا النوع من البطاقات قابل للصق ، وينفع لاستخدامه مرة واحدة فقط ، وعادة ما يكتب المشاركون أسماءهم على هذه البطاقات في اليوم الذي يسجلون فيه . وقد يدونون - بالإضافة إلى ذلك - انتماءاتهم العملية أو طبيعة عملهم أو أى معلومات لها علاقة بالموضوع . كل ما نحتاجه هنا لهذا النوع من البطاقات هو : عدد من هذه البطاقات ، وقلم للكتابة ، وسيلة مهنلة ، ويتوفر في السوق كثير من أنواع بطاقات التعريف ، وأكثرها استخداماً عبارة عن جيوب بلاستيكية تدخل فيها بطاقة التعريف . وتأتي بعدها أنواع تستخدم وسائل تثبيت ، وأكثرها الدبابيس ، لكن الدبابيس تترك ثقوباً في الثياب .

يوجد كذلك جيوب بلاستيكية مزودة بظهر ممتد مصمم لكي يكون داخل جيب الجاكيت ، ويستخدم هذا النوع غالباً في الاجتماعات الخاصة بالرجال حيث يرتدون سترات رسمية أو قمصاناً بها جيب صدرى ، غير أنه يفضل استخدام البطاقات ذات الجيوب البلاستيكية المزودة بمشبك له خاصية الدوران ، حيث يمكن ربطها بطوق العنق أو بالجيب ، إلا أن أغلب ما ترتديه النساء من الملابس لا يوجد فيه الجيب ولا ربطة العنق . لذا فإنه يتعين على منظمى المؤتمر توفير دُبوس من الحجم المتوسط يمكن تثبيته على القماش ، ثم تشبك بطاقة التعريف بالدُبوس .

وهناك أنواع شبيهة بالسلسلة أو رباط الحذاء الذى يشبه القلادة ، وهو مزود بخطاف أو مزلاج سهل الانزلاق يسمح بإدخال بطاقة التعريف وتثبيتها ، وبالإمكان طبع اسم شركة ما أو شعار المؤتمر على امتداد الخيط . غير أنه لسوء الحظ فإن استخدام بطاقة التعريف بهذه الطريقة تجعل الحبل يتأرجح بحرية مما يسبب انقلاب بطاقة التعريف بحيث تصبح معكوسة ، وأحياناً تكون البطاقة مندلية كثيراً إلى أسفل مما يضطر المرء إلى الانحناء لكي يقرأها .

وأغلب الذين ينظمون المؤتمر يجهزون بطاقات مخصصة مطبوعة بحيث يمكن إدخالها في ماسك بطاقة التعريف . وفي هذه الحالة يمكن أن يكون اسم المؤتمر وشعاره وتاريخه مطبوعاً أصلاً على البطاقة . إلا أن استخدام بطاقات عادية مطبوع عليها اسم المنظمة فقط يمكن أن يساهم في تقليل النفقات ، حيث يمكن استخدام هذه البطاقات لخاسبات عديدة .

ويجب أن يتناسب حجم بطاقة التعريف مع الجيب البلاستيكي المخصص لها ، حيث إن لهذه الجيوب مقاسات متعددة . وإذا كان الحاسب سيستخدم لطباعة الأسماء فينبغي التأكد من أن حجم البطاقات يناسب الطابعة المستخدمة . وفي الغالب فإن الورقة في الحجم العادي تكفي لست أو ثمانين بطاقات تعريفية ، كما أن بعض الطابعات تسمح باستخدام بطاقات التعريف المتصلة . على كل حال ومهما كان حجم البطاقة المتفق عليه ، فينبغي أن تكون الكتابة على البطاقة واضحة بحيث يمكن قراءتها من مسافة مناسبة .

وكما سبق ، فقد يقوم المشاركون بكتابة أسمائهم على البطاقات الخاصة بهم ، ولكن في الغالب تكون البطاقة قد جهزت مسبقاً ، حيث إن نموذج التسجيل يسأل من بين الأسئلة عن الكيفية التي يريد بها الناس كتابة أسمائهم على بطاقة التعريف .

وتسمح بعض برامج الحاسب بطباعة بطاقات التعريف من بيانات يتلقاها الحاسب من المعلومات الخاصة بالتسجيل ، ويمكن إنجاز ذلك باستخدام أنواع خطوط عديدة ومقاسات خطوط مختلفة ، ويستطيع البرنامج المسمى (ورد برفكت ٥.١) - على سبيل المثال - إنجاز مثل هذه الأعمال ، كما أنه يوجد برامج حاسب مصممة خصيصاً لعمل البطاقات أو اللوحات ، حيث يمكن شراء لواصق عادية وطباعتها باستخدام الحاسب ثم تلصق على بطاقة التعريف . إلا أن هذا العمل مضمّن ويأخذ وقتاً طويلاً ، لذا فمن الأفضل الطباعة مباشرة على بطاقة التعريف نفسها .

ويمكن أيضاً طباعة الأسماء عن طريق الضغط على البلاستيك مباشرة ، وذلك باستخدام قطع بلاستيكية وجهاز مخصص يوجد في محلات التجهيزات المكتبية ، ويمكن أن تلصق هذه القطع البلاستيكية على بطاقة التعريف باستخدام الغراء ، إلا أن

الحروف تكون في الغالب غير واضحة عند استخدام هذه الطريقة ، وقد يتم أيضاً استئجار خطاط أو رسام ليتولى كتابة الأسماء على البطاقات . إن على منظمي المؤتمرات أن يقوموا بتوفير عدد كاف من هذه البطاقات تغطي عدد الحضور بالإضافة إلى (٤/٥) كاحتياطي . وعندما تبدأ نماذج التسجيل في الوصول عن طريق البريد فإنه يمكن بعدها تقرير ما إذا كان من الضروري تعديل رقم الطلبية الخاصة بالبطاقات ، ويجب توفير عدد إضافي أيضاً للذين لا يسجلون إلا عند بداية المؤتمر ولذين يفقدون بطاقاتهم .

قوائم المشاركين :

من أولويات ما يرغب المشاركون في المؤتمرات معرفته هو أمن من معارفه يحضر هذا المؤتمر أيضاً ؟ إنهم يرغبون في معرفة ما إذا كان أصدقائهم ، أو معارفهم ، أو زملائهم في المهنة يشاركون أيضاً في هذا المؤتمر . وقد يكون أحد المشاركين قد قابل شخصاً في مؤتمر آخر ويرغب معرفة ما إذا كان هذا الشخص سيحضر هذا المؤتمر أيضاً ، لذا فإن توفير قائمة تحتوي على أسماء المشاركين سوف يلبي هذا الاحتياج .

ويمكن ترتيب قائمة المشاركين هجائياً باستخدام الاسم الأخير ، ويمكن أيضاً إضافة عنوان المنزل ورقم الهاتف ، وحيث إن بعض المشاركين يرغبون في معرفة الشركات والمنظمات الممثلة في المؤتمر ، فيمكن إعداد قائمة بأسماء المنظمات مرتبة هجائياً ، ويضاف للاسم أيضاً اسم ممثل المنظمة الذي يحضر المؤتمر ، وتفضل بعض المنظمات ترتيب المشاركين حسب الولاية أو المنطقة الجغرافية . أما قائمة المشاركين المعدة بشكل جيد فهي التي توفر مثل هذه المعلومات بأشكالها الثلاثة .

إن إعداد قائمة المشاركين أمر صعب لمنظمي المؤتمر : لأنه يجب إعدادها وتسجيلها وطباعتها في اللحظات الأخيرة التي تسبق بدء المؤتمر ، غير أن استخدام برامج معالجة الكلمات تسهل من هذه المهمة ، حيث يمكن تحديث القوائم وطباعتها حسب الحاجة .

ويندر أن تكون قوائم المشاركين صحيحة بنسبة (١٠٠٪) ، فقد لا يحضر المؤتمر من سبق أن سجل للحضور لسبب أو لآخر . وقد يسجل عدد آخر في أول يوم من أيام

المؤتمر . وأحياناً تعتمد بعض الجمعيات إلى استبدال ممثلها أو من يتوب عنها في المؤتمر ، لذا فإنه لا يتم طباعة قائمة الحضور النهائية إلا قبيل بداية المؤتمر بأيام قليلة . وعندما يبدأ المؤتمر بالفعل ، قد يتم إعداد قائمة إضافية توضح الزيادات والنقص والتصحيحات التي طرأت . وتكون القائمة متوفرة لدى قسم التسجيل والمعلومات الخاص بالمؤتمر .

توائم المتحمدين :

إذا كان المؤتمر يتضمن معرضاً كبيراً أو عرضاً تجارياً ، فإن أصحاب هذه المعارض يتوقعون أن تظهر أسماؤهم وأسماء مؤسساتهم بشكل بارز في دليل المؤتمر أو في قائمة منفصلة . وعادة ما يذكر رقم مظلة أو موقع العرض في القائمة الخاصة بالعارضين . وفي المعارض التجارية الكبيرة قد نعد مجلة كاملة تخصص لهذا الغرض بحيث تتضمن دعايات خاصة بالعارضين .

وإذا قام صاحب عرض بدفع قيمة حجز مكان له في المعرض ، أو إذا قدم أحد المتحمدين خدمة ما أو شيئاً خاصاً بالمؤتمر فإن لهما الحق في أن يتوقعا تخصيص حيز لهما داخل الدليل الخاص بالمؤتمر . لذا فإن على منظم المؤتمر أن يتحقق من الطريقة السليمة لكتابة هذه الأسماء في الدليل وأية معلومات أخرى تخص هؤلاء المشاركين ، ويقوم منظمو المؤتمر بتوزيع هذه القوائم في القسم الخاص بالتسجيل أو في مدخل مقر المعرض التجاري .

التذاكر والقائم :

قد يتطلب الدخول لبعض الجلسات أو للمشاركة في الوجبات شيئاً من الضبط أكثر مما توفره بطاقات التعريف . لذا يتم طباعة بطاقات خاصة لمثل هذه المناسبات . ولأن بعض الوجبات أو النشاطات تكلف من الناحية المادية ، لذا فإنه يتعين بيع تذاكر تخصص لمثل هذه المناسبات . وقد تزيد تكلفة الشخص الواحد في وجبة الطعام على (٥٠) دولاراً .

لذا ينبغي ضبط مثل هذه الأمور بحيث لا يتعثر بها إلا من دفع بالفعل . وإذا كان هناك برنامج للأكل في أكثر من موقع ، أى أن المشاركين يزورون أكثر من مطعم ، فإنه ينبغي حصر عدد المشاركين بدقة متناهية : لأن منظمي المؤتمر يدفعون حسب الأعداد الفعلية التي تاكل في كل مطعم . وقد تكون بعض هناك جلسات مخصصة لبعض الأعضاء الذين يتميزون بوضع معين في المنظمة ، فمثلاً قد يكون الموضوع قيد المناقشة سرياً ومن يحضر لا بد أن يمر عبر ضوابط أمنية معينة . لذا قد تطبع تذاكر لضمان أن من يدخل قد خضع لفحص أمني معين . وقد تتطلب رحلات التنزه أو الترفيه تذاكر أو قوائم معينة . أيضاً قد تدعى الزوجة التي ترافق زوجها لحضور الأنشطة أو الوجبات . لذا فعليها أن تثبت أنها دعيت بالفعل لمثل هذه النشاطات . وأخيراً هناك من يدفع لكي يحضر بعض نشاطات المؤتمر ، لذا فقد تصرف لهم بعض البطاقات التي تخولهم دخول الجلسات أو النشاطات التي دفعوا لحضورها بالفعل .

أيضاً يمكن كتابة اسم النشاط مباشرة على القسيمة أو التذكرة الخاصة ، مثلاً (فبراير ، الإثنين ١٩ أكتوبر) أو (رحلة المتنزه ، الأربعاء ١٨ أكتوبر) وينولى منظمو المؤتمر أو آخرون جمع هذه القسام عندما يبدأ النشاط أو يبدأ تقديم الوجبة .

وتشتري البطاقات على شكل لفات ، وهناك بطاقات عديدة تناسب النشاطات المختلفة ، فمثلاً ، يمكن استخدام البطاقات ذات اللون الأزرق لوجبات الغداء ، وذات اللون الأحمر للوليمة التي تقدم في نهاية المؤتمر .

وإذا تخطى المؤتمر إجراء قرعة لأي سبب فإن مثل هذا النوع من البطاقات سيفقد في هذا الموضوع .

وقد يكون من الضروري حصر عدد الذين يحضرون بعض الوجبات أو الجلسات أو النشاطات على حد معين . ويجب توفير عدد إضافي من البطاقات حتى لو تم توزيع بطاقات لكل المشاركين : لأن بعضها سيفقد . لذا فإن قسم التسجيل يجب أن يكون لديه إجراءات معروفة للتحقق من أن الشخص الذي فقد بطاقات قد أعطي بالفعل بدلها . وأن بالإمكان إصدار بطاقات بديلة .

الدعوات :

تصدر في بعض الأحيان دعوات خاصة لبعض المشاركين في المؤتمر لحضور مناسبات خاصة . وقد تكون هذه الدعوة الخاصة إما حفل استقبال لمجلس الإدارة ، أو سهرة ترحيبية خاصة بهم . وعادة ما تتكفل بتقديم الدعوات المنظمة الراعية للمؤتمر ، وإذا نولى الموظفون المعنيون بتنظيم المؤتمر موضوع الدعوات فإن الخيارات أمامهم كثيرة ، تتدرج من مجرد صورة مطبوعة إلى دعوة رسمية محفورة على البطاقة . ويجب أن يتولى قسم التسجيل الخاص بالمؤتمر عملية لتوزيع الدعوات بحيث يعطى قائمة بالمدعوين وتعليمات عن كيفية توزيع الدعوات إذا لم تكن قد وزعت مسبقاً .

اللوحات الإرشادية :

تفيد اللوحات الإرشادية إذ تدل الناس أنهم في المكان الصحيح ، فإذا كان هناك عدة اجتماعات تعقد في نفس الوقت ، فإن اللوحات الإرشادية تدل المشاركين على مواقع الجلسات والجهات المنظمة لها . وتوضع عادة لوحة في المدخل توضح طبيعة الاجتماعات التي ستعقد داخل البناية ، ورقم القاعة الخاصة بكل اجتماع .

يلزم وضع لوحة بارزة مكتوب عليها اسم المنظمة الداعية للاجتماع بحيث تدل المشارك على مكان التسجيل الخاص بالمنظمة . وتستخدم العديد من المنظمات أعلاماً تميزها وتدل عليها . وأحياناً توضع لوحة إرشادية خلف طاولة المتحدث أو الطاولة الرئيسية . ويكون ذلك بمنزلة دعاية إعلانية إضافة إلى كونه ناحية جمالية . ونستخدم اللوحات الإرشادية أيضاً للاجتماعات الصغيرة التي تنبثق من اجتماع كبير ، بحيث توضع لوحة إرشادية أمام مدخل الغرفة التي سيعقد بها الاجتماع المصغر . وإذا كان الاجتماع يدار بواسطة مجموعة من الأشخاص فمن المناسب كتابة أسماء الأعضاء المتحاورين على لوحات صغيرة توضع على الطاولة أمام كل واحد منهم .

وفي بعض النشاطات المتعلقة بالمؤتمر ، يتم تخصيص طاولات للمشاركين ويوضع أمام كل طاولة لوحة عليها رقم خاص بها ، كما قد تستخدم اللوحات أيضاً لتقسيم الجماعة الواحدة إلى عدة أقسام لتوضيح أين تجلس كل مجموعة ، وذلك إذا كانت

القاعة سوف تستخدم لاجتماعات فرق أو لجان صغيرة . وطريقة عمل هذا النوع من اللوحات سهلة ، حيث يستخدم ورق مقوى يوضع على حامل ، وأقلام ملونة للكتابة .

وفي المعارض العادية والمعارض التجارية تتولى المجموعة المنظمة توفير لوحات إرشادية عادية للعروض ، تكون في الغالب ذات حجم وتصميم عادي جداً ، وإذا احتاج المعارضون إلى لوحات لها تصميمات بارزة فإنهم يتولون هذه المهمة غالباً بأنفسهم .

وتجهز أغلب اللوحات الإرشادية بواسطة الموظفين المسؤولين عن التخطيط للمؤتمر قبل بدايته ، ويجب أن يكون الشكل الذي يتم اختياره للوحات الإرشادية متماشياً مع نفس التصميم الذي تم اختياره للمطبوعات الدعائية ، والأدلة ، ولوحات الأسماء ، بحيث تتضمن نفس الشعار . ويفضل أن تحمل اللوحات الإرشادية نفس الرسوم الفنية التي استخدمت في طباعة الدليل بعد أن يتم تكبيرها ، إلا أنه يعاب على هذه الطريقة أنه بمجرد كتابة تاريخ وشعار المؤتمر على اللوحات الإرشادية ، فإنها تصبح عديمة الاستخدام بعد هذا التاريخ . لكن لو طبع اسم المنظمة فقط فإنه سيكون بالإمكان استخدام اللوحات الإرشادية مرات عديدة ، وهذه الطريقة ليست فعالة جداً في إعطاء المشاركين معلومات دقيقة وواقعية .

تقوم الجهة المسؤولة عن المبنى غالباً بتوفير حوامل تعلق عليها اللوحات الإرشادية ، والمفاس المناسب للوحة التي تعلق على الحامل هو ٣٠ × ٥٠ سم . ويجب استخدام ورق من النوع المقوى على أن تبقى اللوحة في وضع قائم باستمرار . وأنسب مكان توضع به اللوحات الإرشادية هو الدخل ، والمصاعد ، والدرج ، لكي تدل المشاركين إلى غرف الاجتماعات ، ويمكن أيضاً وضع أسهم صغيرة لكي تدل على الاتجاه الصحيح .

ويوفر صانعو اللوحات الإرشادية نماذج عديدة منها مثلاً : البلاستيك ، والورق المقوى ، والقماش ، والفلين ، وكذلك حروف خاصة لأنواع اللوحات ، ويستطيع الموظفون المشرفون على تنظيم المؤتمر إنتاج لوحات إرشادية لا بأس بها وغير مكلفة باستخدام أقلام ملونة ، أو حروف نشري جاهزة للصف على اللوحة ، وكل هذه متوفرة في محلات التجهيزات المكتبية . ويوجد لدى بعض المؤسسات أو المنظمات أجهزة مكتبية يمكنها من طباعة حروف كبيرة تناسب اللوحات الإرشادية .

متطلبات أخرى :

- يمكن توفير حقيبة أو نحوها لحمل الأشياء في المؤتمرات . والعروض الصغيرة ، والمعارض التجارية ، حيث يتم توزيع عدد كبير من المضيوعات ، وتؤمن هذه عادة بواسطة المسئولين عن المعرض ، حيث يستخدمون الأكياس الدعائية ، وقد يقومون أيضاً بتوزيع أقلام بأنواعها وأوراق للكتابة . لكن إذا كانت المواد المطبوعة قليلة فقد يكفي ملف به جيوب جانبية ، حيث يكفي لحمل برنامج المؤتمر والدعوات والأوراق التي توزع . أما المواد التي يحصلون عليها أثناء المؤتمر فيمكن وضعها داخل الملف .

- يجب تجهيز نماذج تقييم تستخدم خلال المؤتمر ، ويتم استخدامها للجلسات الغربية أو للمؤتمر بكاملة .

- قد تكون هناك حاجة لبطاقات أسماء لتحديد الأماكن أثناء وجبات الطعام ، وقد تستخدم هذه لكل المدعوين أو لأولئك الذين يجلسون في الطاولات الرئيسية ، وتحمل هذه البطاقات عادة شعار المؤتمر ، أما الاسم فيكتب لاحقاً باليد ، ولإضافة نوع من القخامة للوجبة الرسمية ، فإنه يتم عادة وضع قائمة الطعام فوق كل طاولة .

- وبالنسبة للمؤتمرات التي لا يتخللها وجبات ضعام ، فمن المفيد توفير قائمة بأسماء المطاعم المجاورة لقر المؤتمر ، وقد تحتوي القائمة على توصيات منظمي المؤتمر بالنسبة للمطاعم المفضلة عن غيرها ، كما يمكن أخذ الموافقة لتقديم قائمة تحتوي على خدمات الرحلات .

وقد ترغب بعض المطاعم في تقديم كويونات (قسائم تخفيض) يستخدمها المشاركون في المؤتمر في هذه المطاعم ، كما قد يرغب أصحاب المعارضات في المعرض التجاري في توفير بعض المواد المطبوعة الخاصة بمعرضاتهم ، وهذه لا تدخل ضمن مسئولية منظمي المؤتمر ، ولكن عليهم فقط تنظيم عمليات توزيعها .

- في المؤتمرات التي تعقد في عدة مبانٍ ، هناك حاجة لخريطة خاصة بالمدينة توضح أماكن الفنادق التي يستخدمها المشاركون ومقر المؤتمر . وهناك أيضاً حاجة لخطط توضيحي يبين موقع الفندق الذي يعقد فيه اللقاء ، والقاعات المستخدمة .

- تُصنّد بعض المؤتمرات الكبيرة صحيفة بوجية تهدف إلى تقديم معلومات عن المؤتمر للمشاركين فيه ، والتغييرات التي تحدث ... إلخ . وهذا يتطلب موظفين متخصصين ، ومكاناً يخصص لهم ، وترتيبات لطباعة الصحيفة ، كما يجب الاتفاق على طريقة توزيع الصحيفة ، وقد يقوم الفندق بوضع الصحيفة في الصناديق الخاصة بالمشاركين ، إلا أن ذلك قد يتطلب دفع بعض الرسوم للفندق .

- قد يعطى بعض المشاركين هدايا دعائية ، وهذا يعتمد بطبيعة الحال على طبيعة المؤتمر . فمثلاً في اللقاء الخاص بحكام الولايات المتحدة الأمريكية ، تحاول كل ولاية التميز على الأخرى في المنتجات التي توزعها على المشاركين في هذا اللقاء ، ومن بين الأشياء التي توزع : اللوز من ولاية جورجيا ، ومربى الخوخ من ولاية جنوب كارولينا ، والصلصة الحارة من ولاية لويزيانا .

كما أن المرشحين في التجمعات السياسية (في الغرب) قد يوزعون قبعات أو أزراراً على مؤيديهم . وقد تقوم بعض المعارض التجارية بتوزيع عينات من منتجاتها .

- إذا أعطى المشاركون بالفعل واحداً من كل الأشياء التي تحدثنا عنها آنفاً فإنه لا شك سوف يكون مثقلاً بالأحمال ، ولا ينبغي أن يعود المشاركون إلى منزلهم وهو يعاني نتيجة حمل هذه الأشياء ، لذا فإن آخر شيء يمكن أن يقدمه منظم المؤتمر هو صندوق ليتمكن المشاركون من إرسال هذه الاحمال عن طريق البريد ، سواء قيمت هذه الخدمة بالمجان أو مقابل أجر معين . وتحتاج هذه الخدمة إلى صندوق من الورق المقوى وإلى ملصقات يكتب عليها العنوان ، بحيث يستطيع المشاركون وضع أمتعتهم داخل الصندوق وكتابة عنوانهم عليه ، وعادة ما يصل الصندوق إلى الوجهة المطلوبة قبل وصول صاحبه ، إن تقديم مثل هذه الخدمة يولد انطباعاً حسناً لدى المشاركين في المؤتمر .

التكاليف :

تعتبر الآلة الكاتبة ، وآلة التصوير ، والأفلام الملونة ، وورق الألة من الأشياء الأساسية اللازمة للمؤتمر ، كما أن الرسوميات البيانية المصممة بواسطة الحاسب ، وآلة التصوير المزودة بإمكانية التكبير ، والإمكانات التقنية والورق الملون ، وأوراق

الإستئصال ، كل ذلك يعرض المسئولين عن تنظيم المؤتمر القدرة على إنتاج مواد خاصة بالمؤتمر أكثر جاذبية ، وتوفير ميزانية بها بنود مخصصة للطباعة ، والإنتاج الفني ، والعاملين فيه ، سوف يتيح إمكانية إنتاج مواد فنية جيدة خاصة بالمؤتمر ، مما يساهم بطبيعة الحال في إنتاج المؤتمر .

وكما ذكرنا في الفصل السابع ، فإن الأوراق والأخبار الملونة ، وحجم الأشياء المطبوعة ، وعدد صفحاتها ، وتوزيعها ، وجودة الورق ، وعدد الثيمات ، والمعالجات الخاصة تؤثر في تكلفة الطباعة .

على منظم المؤتمر أن يجد من يستطيع أن يتحمل مثل هذه المصاريف ويتكفل بدفعها ، إذا كان ذلك ممكناً ، وقد ترغب شركة ما في تحمل تكاليف طباعة الدليل إذا كانت تستطيع أن تستخدم الغلاف الخلفي للدليل في دعاية تخصصها ، كما يمكن تصنيع ملفات أو جفائط لحمل الأشياء ويكتب عليها اسم صانعها لتكون بمثابة دعاية له ، وقد تكون مثل هذه الترتيبات مناسبة لتحمل النفقات في بعض المناسبات ، وقد تكون عكس ذلك في مناسبات أخرى . فليس من الحكمة - مثلاً - أن يدعم اجتماع منظمة ما من قبل جهة تتعارض سياساتها مع سياسات تلك المنظمة ، فلا يصح أن تدعم شركة متورطة في أعمال ضد البيئة مثلاً ، منظمة هدفها متابعة الأمور البيئية ؛ لأن المشاركين في المؤتمر سوف يشعرون بنوع من العرقان للجهة التي تقدم دعماً للمؤتمر . لذا ينبغي مناقشة مثل هذا الدعم مع الجهة الداعمة لتوضيح مدى تأثيره على سياسات المنظمة .

إن على منظم المؤتمر أن يحدد مواعيد معينة لإنتاج المواد الخاصة بالاجتماع ، مثلاً : ستة أشهر ، أو ثلاثة ، أو شهراً قبل بدء المؤتمر . وتستخدم القائمة التالية كأداة للمنظم من خلالها متابعة عملية إنتاج واستلام المواد المطبوعة الخاصة بالمؤتمر ، كما أنها تستخدم أيضاً كقائمة للإرسال والتميز البريدي .

قائمة مستلزمات المؤتمر :

ضع التاريخ الذي يجب أن تنجز قبله هذه الأشياء :

البند	العدد المطلوب	طريقة التوزيع	التصميم	طريقة الطباعة	تاريخ الإنجاز المعلن
نماذج التسجيل/ العجز					
البرنامج/ جدول الأعمال					
بطاقات التعريف					
بطاقات الأسماء					
قائمة المشاركين					
قائمة المشاركين في المعرض التجاري					
تذاكر/ العائم					
الدعوات					
لنا/ دفتر الملاحظات					
اللوحات الإرشادية					
المواد التي توزع					
نماذج التقسيم					

طريقة توزيعها

هل تم الحصول عليها؟

المستلزمات المهداة

نماذج تسجيل من الصندوق

منشورات خاصة بالديانة

قسائم تخفيض

نشاطات الفصل :

- ١ - من المتوقع أن يعقد مؤتمر حقيقي (خيالي) من ١٥-١٩ سبتمبر هذا العام .
قم بإعداد الجدول الخاص بتجهيز المسنزمات الخاصة بهذا الاجتماع .
- ٢ - قم بزيارة دور الطباعة التي تقع في الحي الذي تقطنه ثم اكتب مواصفات مثل
(عدد الصفحات ، لون الصفحات - ولون الحبر ، عدد النسخ) لدليل مؤتمر
حقيقي أو خيالي ، ثم قارن بين أسعار اثنتين من دور الطباعة .

الفصل التاسع

الحجز والتسجيل وخدمات المشاركين

بعد الانتهاء من هذا الفصل سوف تصبح قادراً على :-

- ١ - إنهاء إجراءات الحجوزات الخاصة بمؤتمر ما ، وتنسيق حجوزات القاعات مع إدارة المبنى الذي سوف يعقد به المؤتمر .
- ٢ - تصميم وتجهيز طؤلة التسجيل « قسم التسجيل » .
- ٣ - تجهيز وإدارة جناح لاستقبال كبار الضيوف .
- ٤ - تجهيز خدمات للمشاركين في اللقاء مثل قسم للمعلومات وتبادل الرسائل ومكتب للتنسيق .

تعتبر عملية تنظيم اللقاءات مثل لعبة الأرقام ، سواء توقع المرة تواجد (٨) لاعبين في طاولتين مخصصتين للعبة الورق المسماة « بريدج » ، أو توقع تسجيل (١٠٠ ٠٠٠) من الرجال والنساء والأطفال الذين يحضرون معرضاً للإلكترونيات ، إتنا لا نستطيع معرفة الأرقام المتوقعة إلا عن طريق الحجز والتسجيل ، إن معرفة الأعداد المتوقعة ضرورية لعملية تنظيم الجلوس في قاعات الاجتماعات ، وللطليبات الخاصة بالوجبات ، ولعملية ضبط الأعداد والتحكم فيها داخل المعرض . إن الكابوس الذي قد يتعرض له منظم اللقاء هو تسبب الجو السيئ في إغلاق مطار ما ، مع ما ينتج عن ذلك من تأخر وصول المشاركين أو عدم حضورهم . أو أن يحضر وجبة طعام أعداد أكبر مما هو متوقع في اللقاءات . ويستخدم دائماً مصطلحا الحجز والتسجيل ، حيث إن التسجيل في اللقاء هو أساساً بمنزلة حجز لحيز في الاجتماع ، أي أن من يسجل مثل الشخص الذي يتصل ليضمن مكاناً له . لذلك فإن الفئات تستخدم كلاً من بطاقة الحجز لحجز مكان ما ، وبطاقة التسجيل لإنهاء إجراءات الضيوف عند وصولهم للمقر .

هجوزات المقر ، وعمليات التسجيل :

عند اختيار مقر اللقاء يقوم المنظمون بتقدير عدد القاعات المطلوبة للاجتماع ، وعليه ، فقد تقوم إدارة المقر الذي وقع عليه الاختيار بحجز القاعات المطلوبة خلال المدة المقررة . كما يتم تحديد وقت إعادة تسليم القاعات لإدارة المقر ، ويتم أيضاً تحديد الوقت الذي يسمح خلاله بالحصول على تخفيض للمشاركين في اللقاء .

نشاطات ما قبل اللقاء :

بالنسبة للاجتماعات التجارية التي يعتبر حضورها إلزامياً ، يستطيع منظم اللقاء عمل كافة الحجوزات الخاصة بغرف الإقامة الخاصة بالمشاركين ، ويستطيع في هذه الحالة أن يحدد إدارة الفندق عدد الغرف المطلوبة ونوعها ، وقد يستطيع المنظم أيضاً تحديد طريقة توزيع المشاركين على الغرف المحجوزة ويقدم للفندق قائمة مكتوبة بذلك ، وعند ذلك تستطيع إدارة الفندق تخصيص أرقام الغرف المطلوبة .

وإذا كانت الجهة المنظمة للقاء سوف تتحمل نفقات غرف الفندق ، سواء لكافة المشاركين أو للمتحدثين وكبار الضيوف ، فإنه ينبغي على منظمي اللقاء أن

يتفاوضوا مع إدارة الفندق بخصوص عملية الغاء الحجوزات وإعادة المبالغ المدفوعة في العقد الموقع ، وعادة ما يقوم منظم الاجتماع بعملية اختيار الغرف أيضاً . وسوف تظهر هذه المصاريف في الحساب النهائي الخاص بالاجتماع بأكمله .

غير أن ما يحدث في أغلب الاجتماعات هو أن يقوم المشاركون بعملية حجز الغرف بأنفسهم ، حيث يوفر الفندق بطاقة حجز ترسل للمشاركين الذين يقومون بدورهم بإعادتها للفندق مباشرة . ويتوفر لدى بعض الفنادق الكبيرة إمكانية الاتصال بأحد فروعها بالجان ، حيث يقوم المشاركون بعمل الحجوزات اللازمة عن طريق الهاتف .

وتعطي الفنادق عادة رقم حجز أو رقم تأكيد حجز للذين يتصلون لطلب حجوزات . ويمكن استخدام هذه الأرقام عندما يتصل المشاركون لمتابعة عملية حجزه . وتطلب أغلب الفنادق ضماناً إذا كان المشاركون سيصل متأخراً ، مثلاً بعد الرابعة أو السادسة مساءً ؟ والضمان المطلوب هو قيمة الغرفة لليلة واحدة ، وعادة ما يدفع هذا الضمان باستخدام بطاقة الانتماء . ويبين الشكل رقم (٩-١) نموذجاً لبطاقة حجز في فندق .

الشكل (٩-١) : مثال على بطاقة حجز فندق

بطاقة حجز

الوصول	رقم الحجز :
المغادرة	تاريخ الحجز
عدد الضيوف	براسطة
نوع الغرفة	موظف الحجز
التعرفة	مؤكد :
	مضمون
الاسم :	
العنوان	
الشركة :	
رقم هاتف العمل	رقم هاتف المنزل
طريقة الدفع	

نشاطات داخل الموقع :

فى أغلب اللقاءات يقوم المشاركون باستلام الغرف الخاصة بهم من قسم الاستقبال فى الفندق ، حيث يقوم الموظف بالتأكد من وجود الحجز ، ثم يُطلب من المشارك أن يملأ بطاقة تسجيل موجودة فى الفندق ، وشاكد الموظف من طريقة الدفع لدى المشارك ، ويجب إبلاغ قسم الاستقبال إذا كان أحد المتحدثين أو أى شخص آخر سيحصل على غرفة بالمجان .

بعد ذلك يُعطى المشارك مفتاحاً خاصاً بالغرفة . وفى خلال هذا الوقت يوجه المشارك إلى طاولة التسجيل الخاصة باللقاء ، وفى بعض الأحيان يقوم قسم الاستقبال فى الفندق بتوزيع مواد مطبوعة خاصة بالاجتماع لكل من يأتى ويستلم غرفة من المشاركين .

وعادةً ، يبدأ المشاركون فى الوصول للاجتماع خلال الساعات الأربع التى تسبق أول جلسة خاصة بالاجتماع ، ونتيجة لذلك فإن قسم الاستقبال الخاص بالفندق سوف يكون مشغولاً ومزدحماً . لذلك تقوم بعض الفنادق - خصوصاً فى الاجتماعات الكبيرة - بتجهيز طاولة إضافية تُخصص لخدمة المشاركين فى مؤتمر ما : حيث لا يحيد الفندق أن يقدم خدمات للمشاركين فى اللقاء على حساب ضيوفه الآخرين .

وفى بعض الأحيان يقوم منتظم المؤتمر بمساعدة الفندق فى عملية التسجيل ، حيث يقوم الفندق بتخصيص عدد معين من الغرف ، ويعطى المنظم للمؤتمر نماذج خاصة ومقانيح للغرف ، والذي بدوره يقوم بتوزيع بطاقات التسجيل فى الفندق ، وبطاقات التسجيل فى المؤتمر . إذا لم تكن هذه قد أُنجِزت مسبقاً . وقد يُستخدم نموذج واحد للتسجيل فى الاجتماع وفى الفندق ، غير أن أغلب الفنادق تفضل استخدام النماذج الخاصة بها لحجز غرفها .

العجوزات وعمليات التسجيل الخاصة بالاجتماع :

توفر بطاقة التسجيل معلومات قيمة لتنظم الاجتماع ، فعلى سبيل المثال ، يساعد معرفة وقت وصول أحد المشاركين فى المطار فى ترتيب المواصلات من المطار إلى مبنى الاجتماع . وقد تحتوى البطاقة على معلومات عن الجلسات التى ينوى المشارك

حضورها ، وهذا يمكن المنظم من إبلاغ المسؤولين في المبنى بعدد الكراسي التي توضع في غرفة الاجتماع ، وعدد وجبات الطعام ، وعدد حافلات النقل اللازمة .

تُرسل بطاقة التسجيل عادة مع المواد المطبوعة الخاصة بالاجتماع لكل من يتوقع مشاركة (انظر النموذج رقم ٩-١) . وتعاد البطاقات إلى منظمي الاجتماع . وقد يرسل للمشارك إشعار أو تأكيد باستلام بطاقةته ، إذ إن أغلب الناس يرغبون في الحصول على إشعار يؤكد تسجيلهم في المؤتمر ، ويؤكد أن ما دفعوه قد تم استلامه . وقد ترسل للمشارك في هذه الأثناء رزمة بريدية تحتوي على معلومات عن برنامج الاجتماع ، ومعلومات عن الطرق العديدة للوصول للمقر ، ومنشور أو كتيب عن المدينة ، وأي معلومات أخرى لها علاقة بذلك . وقد يرسل له رسالة تتضمن العبارة التالية : «أحضر هذه الرسالة معك ؛ لأنها بمنزلة تأكيد الحجز الخاص بك .»

ولا يستبعد أن يطلب راعي الاجتماع دفع كامل الرسوم الخاصة بحضور الاجتماع أو جزء معين منها قبل بداية الاجتماع بفترة . وعادة ما تكون رسوم التسجيل أقل إذا دفعت خلال فترة زمنية معينة ، فمثلاً ، تبلغ تكلفة التسجيل للاجتماع الذي سيعقد في منتصف مارس (١٠٠٠) دولار إذا دفعت قبل نهاية شهر يناير ، و (١٢٠٠) إذا دفعت خلال شهر فبراير . وتعتبر رسوم التسجيل سيولة يستخدمها منظم الاجتماع لرفع أجور العاملين لديه ولواجهة تكاليف تجهيز المطبوعات الخاصة بالاجتماع .

ولا ترسل بطاقات التسجيل عادةً عندما تكون أسماء وأعداد المشاركين في الاجتماع معروفة ومؤكدة ، كما أنه لا يكون هناك رسوم تسجيل للاجتماع التجاري ؛ حيث يكون الحضور إلزامياً .

إن تحديد طريقة الدفع أمر مهم بالنسبة لعملية التسجيل ، إذ يجب أن تودع الشيكات ، ويجب أيضاً أن تنهى إجراءات ختم بطاقات الائتمان وترسل للشركة المصدرة للبطاقة ، وترسل الفواتير الخاصة بالطلبات التي تم شراؤها ، كما يجب تحديد سياسة خاصة بإجراءات الدفع الأجل .

وكما ذكر في الفصل السابع ، فإنه يمكن إدخال البيانات الخاصة بالحجز في الحاسب الآلي ، الذي يمكن استخدامه فيما بعد لطباعة قائمة الحاضرين وبطاقات

الاسماء الخاصة بهم . أما بطاقة الحجز ذاتها فيجب ترتيبها هجائياً أو جغرافياً .

تقوم بعض الشركات بالتعاقد مع بعض الجهات لتولى الحجوزات الخاصة بالاجتماعات . وهذه الجهات لديها إمكانية استقبال الحجوزات عن طريق البريد الإلكتروني أو أجهزة الفاكس ، أو أرقام الهواتف المجانية ، كما أنه يتوفر لديها حاسبات معقدة لها القدرة على معالجة قواعد بيانات ضخمة . ومن الخدمات التي يمكنها تقديمها : إيداع المبالغ التي تدفع أثناء التسجيل ، وكذلك طباعة قوائم الحضور ، وبطاقات التعريف الخاصة بهم ، وتذاكر الدخول الخاصة بفعاليات الاجتماع . وتستطيع هذه الشركات إعداد تقارير إحصائية ، وتحليلات حثية على البيانات الخاصة بالمشاركين ، وتقارير مختصرة حول كافة الجوانب .

وتستطيع هذه الشركات نقل أجهزتها وبرامجها لموقع الاجتماع . وتستطيع أيضاً تولى عمليات الإسكان الخاصة بالمشاركين ، والحجوزات الخاصة بالمباني اللازمة للاجتماع .

ويعتبر النموذج رقم (٩-٦) الموضح أدناه وسيلة للحصر يستخدمها منظم الاجتماع لمتابعة حركة الحجوزات الخاصة بالفندق والاجتماع .

وترتفع التوقعات قبل بداية الاجتماع بأسبوع ، ويشعر المرء باقتراب أول يوم من أيام اللقاء ، غير أنه لا يزال هناك مهام عديدة يجب أن ينجزها القائمون على تنظيم الاجتماع . وفي خلال هذا الوقت بالذات يتعين على منظم الاجتماع أن يكون على اتصال دائم بإدارة المبنى الذي سيعقد فيه الاجتماع .

الشكل (٩-٢) : نموذج متابعة حجوزات الفنادق والاجتماعات

نموذج متابعة حجوزات الفنادق والاجتماعات

الاجتماع
التاريخ

التسجيل للاجتماع

المجموع الكلي	المجموع الاسبوعي	التاريخ

حجوزات الفندق

المساحة المتبقية	المجموع الكلي	المجموع الاسبوعي	التاريخ

إيفال المستلزمات لمقر الاجتماع :

يجب أن ينتقل المكتب المكلف بتنظيم الاجتماع ، والخاص بالجهة المنظمة ، إلى موقع الاجتماع بكل مستلزماته ، وأدواته المكتبية ، وملفاته ، وسيشعر العاملون في تخطيط الاجتماع أنهم يقومون بنقل محتويات منزل بأكمله إلى موقع الاجتماع . ويجب إعطاء إدارة المبنى تعليقات ومعلومات واضحة بخصوص عدد الإرساليات التي سوف تصلهم ونوعياتها . ويجب أيضاً توضيح مكان تخزين المستلزمات الخاصة بالاجتماع .

كما يجب حزم كل المستلزمات التي تم ذكرها في الفصل الثامن ومن ثم نقلها إلى موقع الاجتماع . ومن هذه المستلزمات : بطاقات التعريف ، برنامج الاجتماع ، الأشياء التي توزع على المشاركين ، الألة بأنواعها ، اللوحات الإرشادية ، ومستلزمات إضافية أخرى . ويجب أن يكون رقم كل صندوق مع ذكر محتوياته على ظهره الخارجي . وبالنسبة للاجتماعات الدولية ، يجب احتساب مدة شهرين لوصول هذه الصناديق عبر البريد وغير الجمارك في البلد المعنى ، ويمكن الاستعانة بقائمة مستلزمات الاجتماع المذكورة لاحقاً لمثل هذا الغرض . مع إضافة عمود آخر يكون فيه وقت إرسالها بالبريد . وكذلك يمكن إرسال بعض المستلزمات الخاصة بالاجتماع ، مثل برنامج الاجتماع ، مباشرة من المطبعة إلى مقر الاجتماع ، لذا يجب تزويد المطبعة وأى موردين آخرين بمعلومات دقيقة وواضحة عن كيفية كتابة العنوان الصحيح لمقر الاجتماع ؛ ليتسنى لإدارة المقر الحفاظ عليها حتى يبدأ الاجتماع . ومع أن ترك المورد يتولى الإرسال بنفسه يبدو أسهل ، إلا أنه تعادل الفلج الناتج من تكرار الاتصال بإدارة المبنى للاستفسار عن وصول الطلبيات .

وتعتبر عملية تحديد وقت إرسال المستلزمات هامة جداً . إذ لا يمكن ضمان وصول إرسالية ما ، رغم أن خدمة البريد الممتاز تبدو منضبطة . ولا شك أنه يجب أن تصل المستلزمات إلى مقر الاجتماع قبل أن يصل . وفي نفس الوقت ، لو وصلت المستلزمات في وقت مبكر جداً ، فقد تترك تحت رحمة موظفي قسم الاستقبال أو العاملين في إدارة المبنى ، الذين ليس لديهم خلفية عن الاجتماع أو وقته ، مما قد يدفعهم إلى إعادتها إلى المرسل مرة أخرى .

ويرسل بعض منظمي الاجتماعات المستلزمات المكتبية التي تلزم خلال انعقاد الاجتماع . مع أنه باستطاعة الفنادق أو المباني التي تعقد بها الاجتماعات توفير بعض هذه المستلزمات . فوجود كمية لا بأس بها من هذه المستلزمات سيوفر على منظم الاجتماع وقتاً وجهداً كبيرين ، بالإضافة إلى توفير في التكلفة . كما أنه لتجنب الحاجة إلى إرسال هذه المواد ، يمكن شراؤها من بعض مكاتب التجهيزات في مكان عقد الاجتماع .

قائمة بالمستلزمات المكتبية :

- آلة كاتبة .
- حاسب آلي .
- ورق للألة وللحاسب .
- أشرطة طباعة إضافية .
- سائل مزيل .
- أوراق ودفاتر ملاحظات .
- أقلام ومراسم .
- مقصات .
- أدراج لوضع النقود .
- دفتر إيصالات استلام .
- دبابيس مكتبية .
- مطرقة .
- شريط لاصق .
- مفكات .
- ماسكات .
- دباسة + دبابيس .
- مشابك للأوراق .
- شريط ورقي لاصق .
- أقلام ملونة عريضة .

- لوحة للملصقات الإعلانية .

- شريط قياس .

إدارة طاولة التسجيل :

تتغير في مقر الاجتماع مسئولية موظفي التخطيط للاجتماع من عملية التخطيط إلى عملية التنفيذ ، إذ يتعين عليهم - من بين أمور عديدة - الإشراف على جلسات الاجتماع ، وعمليات التسجيل والاتصال مع موظفي المبنى . أي أن طاولة التسجيل تصبح نقطة التنسيق .

تنظيم طاولة التسجيل :

بالنسبة للمؤتمرات التي يسكن المشاركون فيها في أماكن متعددة ، يمكن اختيار أحد الفنادق أو مقر المؤتمر ليكون مكاناً للتسجيل ، بحيث توضع طاولات متلاصقة ، وعلى كل طاولة توضع حروف هجائية محددة يسترشد بها المشاركون للصف الذي ينبغي أن يقف فيه ، أو أن توزع الطاولات حسب فئات الأعضاء ، أو أي طريقة توزيع أخرى مناسبة .

ومن المهم جداً تهيئة مكان واسع للشاطات المتعلقة بالتسجيل . فبالنسبة للاجتماعات الكبيرة قد تكون هناك حاجة لاستخدام قاعة ضخمة لهذا الغرض . أما الاجتماعات التي تعقد داخل مبنى واحد ، فإنه عادة ما توضع طاولة التسجيل في مكان بارز داخل المبنى أو الفندق ، وهذا المكان البارز إما أن يكون في المبنى الرئيسي ، أو في أحد الممرات ، أو في أي مكان عام قريب من قاعات الاجتماعات .

وتستخدم في العادة طاولات لعملية التسجيل ، ويوضع عليها قماش من الخارج لتحسين منظرها ، كما يمكن استخدام لوحة مكتوب عليها عبارة « التسجيل » بالإضافة إلى اسم المنظمة ، ويوضع اللوحة فوق الطاولة ، كما أن وضع الزهور على الطاولة يضفي لمسة جمالية ، وايضاً يمكن ربط بالونات إلى طرف الطاولة .

وبالنسبة للمستلزمات المتعلقة بالاجتماع مثل الأدلة والنشرات والأشياء الأخرى التي توزع ، فيمكن وضعها تحت الطاولة المغطاة بالقماش لكي يتم توزيعها على كل

مشارك ، أو نوضع فوق الطاولة لبأخذ كل مشارك منها نسخة) وغالباً ما ترتب بطاقات الاسماء مجانياً وتوضع على الطاولة بحيث يستطيع المشارك أن يعثر على البطاقة الخاصة به ، ويمكن أيضاً وضع المنشورات والكتيبات الخاصة بالمدينة والكورونات على نفس الطاولة .

يجب أن يتسق منظم المؤتمر مع القسم الهندسي الخاص بالفندق إذا كانت عمليات التسجيل تتطلب أجهزة مكتبية ، كما ينبغي تقديم المساعدة المطلوبة لهذه الأشياء مثل توفير مصدر كاف للكهرباء . أما إذا كانت عمليات التسجيل تنفذ بواسطة متعهد فإنه عادة ما يجب التجهيزات اللازمة ويتولى تركيبها وتشغيلها . ولابد من وجود جهاز هاتف على طاولة التسجيل ، حيث يمكن الهاتف العاملين من التحدث إلى كافة الأقسام داخل الفندق ، ويكونون أيضاً على اتصال بالعاملين الآخرين ، ويعتبر كذلك خدمة المشاركين الذين يرغبون في الاتصال ببعضهم دون اضطرابهم لاستخدام هاتف العملة أو العودة لغرفهم في الفندق لإجراء الاتصالات) وإذا زود الهاتف الموجود في طاولة التسجيل بإمكانية الاتصال الخارجي ، فيجب أن يحدد منظمو اللقاء من الذي لديه صلاحية استخدام الهاتف ، ومن الذي يلزم بالرفع عند إجراء مكالمات خارجية .

ويقوم قسم الفندق في الغالب بتحويل المكالمات التي تصل للمشاركين في الاجتماع إلى طاولة التسجيل ، حيث يستقبل منظمو الاجتماع الرسائل الخاصة بالمشاركين . وفي العادة تعلق هذه الرسائل الهاتفية على لوحة إعلانات مخصصة لهذا الغرض .

ويجب أن يطلب من الفندق توفير عدد كبير من سلال النفايات بالقرب من طاولة التسجيل ، كما يجب أن يطلب منهم أيضاً توفير ماء وانكواب وقائقة بأرقام أقسام الفنادق لاستخدامات القائمين على التسجيل .

تنظيم العمل في طاولة التسجيل :

يجب اختيار ساعات العمل التي تفتح فيها نشاطات طاولة التسجيل ، وعادة ما تبدأ نشاطات عدة تصف يوم قبل افتتاح جلسات الاجتماع وذلك لاستقبال الوفود التي تصل مبكراً . والساعات المعتادة لعمل طاولة التسجيل هي ما بين الساعة الرابعة إلى التاسعة مساءً في اليوم الذي يسبق الافتتاح ، ومن الساعة السابعة صباحاً حتى

السادسة مساءً في يوم الافتتاح ، وفي الأيام التي تلي يوم الافتتاح تفتح طاولة التسجيل نصف ساعة قبل افتتاح الجلسة .

وتنتهي أعمال التسجيل رسمياً عندما يصل كل شخص من الحاضرين ، غير أن أغلب طاولات الحجز تظل مفتوحة طيلة مدة الاجتماع .

ويجب تحديد من سيعمل في طاولة التسجيل ، وغالباً ما يقوم بنشاطات الاجتماع العاملون في المنظمة أنفسهم ، وسيجد الذين تعودوا على العمل - من الساعة التاسعة صباحاً حتى الرابعة والنصف مساءً يومياً - أن العمل على طاولة التسجيل يستغرق وقتاً أطول من ذلك ، لذا يجب أن يوضع في ميزانية الاجتماع ما يكفي لتعويض من يعمل خلف طاولة التسجيل إما على شكل خارج دوام أو وقت يحسب كإجازة لاحقاً .

وقد لا يتوفر لدى المنظمة عدد كبير من العاملين لمواجهة نشاطات الاجتماع ، بما في ذلك نشاط التسجيل ، لذا يمكن الاستعانة بأشخاص بشكل مؤقت أو التعاقد مع جهة للقيام بأعمال الاجتماع . وبعض الشركات هدفها الوحيد هو توفير موظفين مؤقتين لأغراض الاجتماعات ، غير أن مثل هذه الشركات توجد غالباً في المدن التي تستضيف مؤتمرات عديدة . ويوجد - لدى بعض دوائر المؤتمرات والزوار - متعاونون غير رسميين تعبرهم للقيام بأعمال التسجيل : لذا يتعين عمل كل هذه الترتيبات قبل أن يبدأ الاجتماع بفترة طويلة ، وقد يستعان بمتطوعين ، أو بالعاملين في الفندق كمتعاونين للقيام بأعمال ونشاطات الاجتماع .

وبعض الاجتماعات قد تتطلب مترجمين في طاولة التسجيل ، وقد تكون هناك حاجة لصراف مضمون ، وربما تكون هناك حاجة لسيارة مصفحة لنقل المال للبنك إذا كانت عمليات التسجيل تتضمن تسليم واستلام أموال ، وقد يوضع شخص للترحيب بالناس عند وصولهم . كما يجب أن يتواجد شخص مسؤول قرب طاولة التسجيل معظم الوقت .

إن عملية التسجيل الخاصة بالاجتماع تتمثل أساساً في التحقق من أن المشارك في الاجتماع قام بالفعل بالتسجيل ودفع الرسوم الخاصة بالاجتماع ، ويستطيع موظفو التسجيل عندئذ توزيع المطبوعات والمواد الخاصة بالاجتماع على المشاركين بما في ذلك التذاكر والقسائم . كما أنه من الضروري حصر الأشياء التي توزع وقت

توزيعها ، حيث إن عملية الحصر هذه سوف تستخدم لتحديد الأشخاص في الوجبات والمناسبات . ومع أن أغلب المشاركين قد دفعوا مسبقاً رسوم تسجيلهم ، إلا أنه سيتم استلام نقود من أولئك الذين لم يتموا عملية التسجيل مسبقاً ، أو من الذين يقررون حضور الاجتماع في اليوم الأول للافتتاح . لذا إذا وجدت أماكن لمثل هؤلاء ، فيجب استلام قيمة اشتراكهم ، ومن ثم تسليمهم المطبوعات الخاصة بالمؤتمر .

وقد يكون من الضروري إيجاد ما يشبه البنك الصغير - لتسهيل عمليات الصرف واستلام النقود ، لذا ينبغي الاستعانة بالخزائن الموجودة في الاستقبال في الفندق وذلك لحفظ الأموال ، وإذا كان المبلغ كبيراً فقد يتطلب الأمر سيارة مخصصة لنقل النقود لتوصيلها للبنك .

إضافة لما سبق ، هناك بعض الأعمال التي قد تدخل ضمن مهام العاملين في طاولة التسجيل . وهذه الأعمال إما مضيئة ، مثل وضع ملف على مقعد كل مشارك داخل قاعة مخصصة للمجموعات الصغيرة ، وإما مسلية مثل إيصال بعض الطلبات الخاصة وتجهيز قاعة الاستقبال .

وقد يتطلب أيضاً من العاملين في قسم التسجيل توزيع أشياء أخرى ، مثل الزهور ، والعصيرات ، أو سلة الفواكة للمحدثين وكبار الضيوف . لذا فإن الفندق يقوم عادةً بتوفير قائمة بأرقام القاعات ومفاتيحها لكي يتمكن العاملون من توصيل هذه الأشياء إلى داخل القاعات .

وبالإضافة إلى ذلك ، فقد يقوم العاملون بترتيب أجنحة مخصصة للترحيب بالضيوف . وقد يطلب منهم أيضاً العمل داخل هذه الأجنحة طيلة مدة الاجتماع . وقد تكون هناك اتفاقية مع الفندق لتجهيز هذه الأجنحة بالمأكولات والمشروبات ، أو قد يتولى هذه العملية العاملون في الاجتماع . ويجب توفير زهور لمثل هذه الأجنحة ، ولكي تتم كل هذه العمليات بدقة متناهية فإنه يجب تدريب العاملين على ذلك تدريباً جيداً .

ويجب أيضاً جدولة أوقات العمل بالنسبة للعاملين في الاجتماع ، مع الأخذ بعين الاعتبار أوقات الذروة في عمليات التسجيل . ومن الأفضل أن يتم تخصيص الأعمال وتحديد من يقوم بها ، مثل إيصال الرسائل ، أو تقديم معلومات عن المدينة ، كما أن

هناك بعض الإجراءات التي يجب أن يتم تحديدها ومراجعتها ، مثل التعامل مع قسيمة التسجيل غير المكتملة ، وكويونات الوجبات الفردية ، وتحرير الفواتير .

ويجب مناقشة موضوع الزى الرسمي للاجتماع ، وما إذا كان مسموحاً بمجالسة المشاركين . كما يجب تحديد كيفية مخاطبة المشاركين مثل استخدام الاسم الأخير أو استخدام الألقاب العلمية ، ولا يضر أن يتم التحدث مع كافة العاملين لحثهم وتشجيعهم والتذكيرهم بأن يكونوا لطفاً ، وأن يتذكروا أن المشاركين في هذه المناسبات يتوقعون معاملة حسنة وخدمة راقية تليق بهم .

وأخيراً يجب إرشاد العاملين في التسجيل للتعامل مع الحالات الطارئة ، إذ يجب إبلاغهم بمواقع مخارج الطوارئ ، ويجب تزويدهم بقائمة أرقام هواتف للاتصال بها في الحالات الطارئة .

القائمة الخاصة بالتسجيل :

- موقع طاولة أو قسم التسجيل
- تصميم طاولة التسجيل
- اللوحات
- القماش الذي يوضع على الطاولة
- الزهور
- ديكورات أخرى
- تجهيزات مثل (هاتف ، آلة ناسخة ، حاسب ، لوحة إعلانات)
- المستلزمات والمطبوعات الخاصة بالاجتماع (أذكرها)
- العاملون في التسجيل
- من سيعمل؟
- الأجر

ساعات العمل

المهام المناطة (الترحيب ، الإرساليات ، قسم الاستعلامات)

قائمة مستلزمات الاجتماع (انظر الفصل رقم ٨) .

أسماء الأشخاص المناطة بهم هذه المهمة

قائمة المستلزمات المكتنية

أسماء الأشخاص المناطة بهم هذه المهمة

التدريب (ويشمل طريقة التصرف والتعليمات الخاصة باللباس)

هل تمت مراجعة إجراءات الطوارئ ؟

- هل تم تعريف موظفى التسجيل بالمسؤولين فى الفندق ؟

السياسات والإجراءات :

طريقة التعامل مع النقود

صناديق الإيداع

طريقة النقل للبنك

طريقة التعامل مع المتبقى من النقود

إعداد الفواتير (الخصم الجماعى ، أوامر الشراء)

الجلسات الفردية ووجباتها

الأشخاص غير الأعضاء

التسجيل الجزئى

التسجيل الإضافى مثل (الصحافة ، والمقدمون)

إعادة المبالغ

- استبدال التذاكر والفسائم
- إجراءات استخدام الهاتف
- طريقة إيصال الرسائل

تقديم الخدمات للمشاركين :

عندما تستكمل الإجراءات الرسمية الخاصة بالتسجيل ، تتحول ضاولة التسجيل إلى طاولة تقديم خدمات ، حيث تقدم خدمات أساسية وهامة خلال فترة الاجتماع .

إعداد واستبدال مطبوعات الاجتماع :

إذا لم تعد قائمة بالمشاركين قبل بداية الاجتماع ، فإنه يجب إعداد هذه القائمة خلال الاجتماع ، كما يمكن إضافة ملحق لقائمة الحضور بعد طباعته ، لكي يمكن تصويره ونشره . وربما يتم إضافة قائمة تحتوي على أرقام الغرف الخاصة بالمشاركين ، قد يبدو هذا غريباً ، إلا أن نسبة لا بأس بها من الحضور سوف يفقدون بعض مطبوعاتهم وحاجياتهم الخاصة بالاجتماع . ومع أنه لا يمكن استبدال بعض الأشياء مثل الهدايا القيمة ، إلا أنه يمكن بالتأكيد استبدال أدلة الاجتماع ، وقوائم الحضور ، وقوائم أصحاب المعروضات إذا ما فقدت ، ويجب توثيق الحذر في استبدال بطاقات الاسماء ، أو التذاكر ، أو الفسائم : للتأكد أن من يستلم هذه الأشياء هو الشخص المعنى أصلاً .

استلام الرسائل :

كما ذكر سابقاً ، قد يقوم القسم الخاص بالفندق بحوлил المكالمات القادمة من الخارج للمشاركين ، وقد يرغب المشاركون في الاتصال ببعضهم ، لذلك فإنه يمكن استخدام لوحة إعلانات لهذه الأغراض ، حيث تستخدم كوسيلة لتعليق الرسائل عليها ، ويمكن استخدامها أيضاً لتعليق الرسائل الخاصة بالمكالمات الهاتفية ، حيث يتم طي الرسالة بحيث لا يظهر إلا اسم الشخص المعنى بالرسالة ، كما يمكن أيضاً تعليق الإعلانات الخاصة بتعديلات الجداول أو قاعات الاجتماعات . وقد يسمح لأحد المطاعم المجاورة بتعليق منشور دعائي عن خدماته على لوحة الإعلانات .

تقديم المعلومات والتوجيهات ، والخدمات الأخرى :

يطلب عادة من الطاولة المخصصة للاستعلامات في قسم التسجيل معلومات إما عن الاجتماع نفسه وإما عن المدينة التي يعقد فيها الاجتماع ، ومن الأمثلة على هذه الأسئلة ما يلي : أين القاعة المخصصة للجلسة الثانية ؟ متى موعد حفلة العشاء هذا المساء ؟ أو متى يتحدث السيد فلان ؟ يمكن الإجابة عن أغلب الأسئلة التي تخص الاجتماع عن طريق النظر إلى دليل الاجتماع ، خصوصاً إذا عرفت مواقع القاعات المخصصة للاجتماع داخل الفندق .

أما الأسئلة التي تتعلق بأشياء داخل المدينة مثل : أين أستطيع أن أستبدل كعب حذائي ؟ أو أين أقرب مطعم فطائر ؟ أو ما هي نشاطات العروض المسرحية هذه الليلة ؟ فيمكن الإجابة عن مثل هذه التساؤلات عن طريق الاستعانة بمصادر معلومات مثل : دليل الهاتف ، أو دليل السياحة الخاص بالمدينة ، أو الدليل الخاص بالمدينة ، أو الإعلانات التي تظهر في الجرائد المحلية .

كما أن لطاولة الاستعلامات مهمة أخرى تتمثل في كونها مركزاً للمفقودات التي يتم العثور عليها . ويمكن استخدام لوحة الإعلانات للإعلان عن الأشياء المفقودة التي يتم العثور عليها وفي حالة العثور على شيء ثمين فلا بد من إبلاغ الجهاز الأمني داخل المبنى .

أخيراً ، فإن طاولة التسجيل تقدم خدمة أخرى . وهي أنها تكون بمنزلة مكتب اتصالات يستخدمه كافة المشاركين ، وفي بعض الاجتماعات يتم تخصيص غرفة وتزويدها بها بالحاسبات ، والآلات الكاتبة ، وخدمات ناسوخ ، وأجهزة تصوير . وأحياناً خدمات سكرتارية أيضاً ، غير أن أغلب المباني المخصصة للاجتماعات لديها مكاتب توفر تجهيزات وأفراد متخصصين مقابل أجر معين .

تبقى إضافة أخيرة يقدمها القسم الخاص بالتسجيل سبق ذكرها في الفصل الثامن ، وهذه الخدمة عبارة عن صناديق وملصقات عناوين تقدم للمشاركين لكي يستطيعوا شحن مطبوعاتهم إلى منازلهم أو مكاتبهم . ويقوم العاملون في قسم الاستعلامات بتولى عملية الشحن البريدي أو الاتصال بمكتب شحن يتولى استلامها

وشحنها . إن تقديم مثل هذه الخدمات يولد نطباعاً حسناً لدى المشاركين في الاجتماع .

التعامل مع موظفي المبنى :

تعتبر طاولة التسجيل أو الاستعلامات محور الاتصال مع المسؤولين في الفندق . وعادةً ما يقوم المسؤولون في الفندق بتعيين شخص من قبلهم يطلق عليه لقب مدير الاجتماع أو مدير خدمات المؤتمر ؛ وذلك لتولي كافة عمليات التنسيق مع الموظفين المعنيين بعملية التخطيط للاجتماع . وأحياناً يتم تزويد مجموعة التخطيط للاجتماع بهاتف لاسلكي يمكنهم من الاتصال بالمسؤولين في الفندق خلال فترة الاجتماع . (انظر الفصل العاشر للحصول على معلومات أشمل عن طريقة التعامل مع موظفي المبنى) .

ولكي يمكن تقديم معلومات أو خدمات معينة ، فإنه ينبغي العمل جنباً إلى جنب مع بعض الأقسام داخل الفندق ؛ لذا يتعين على بعض المسؤولين الرئيسيين في عملية التنظيم للاجتماع تقديم أنفسهم لمديري الأقسام في الفندق . مما يسهل بعض الأعمال مثل تحديد عدد الوجبات المطلوبة لقسم التموين في الفندق ، وأيضاً يسهل ذلك الاتصال بقسم الهندسة داخل الفندق بشأن ترتيب قاعات الاجتماع . وبالنسبة للطاولات والكراسي المطلوبة فإن العاملين في الفندق يقومون بترتيبها .

نشاطات الفصل :

١ - قم بتصميم بطاقة تسجيل بحيث تستطيع من خلالها الحصول على كافة المعلومات التي ترقى أنها ضرورية لتسجيل المشاركين وحفظ معلومات عنهم ، وتكفي لإعداد كشوف الحسابات المالية للاجتماع ، وكذلك لإعداد قائمة بأسماء المشاركين بجماع مدرسي الآلة الكاتبة .

٢ - حدد الخدمات التي تعتقد أنها مناسبة لاجتماع مدرسي الآلة الكاتبة ثم رتبها حسب أهميتها مثل (لوحة الإعلانات ، عملية التصوير) .

٣ - حدد إجراءات ثابتة تستخدم للتعامل مع النقود خلال الاجتماع .

الفصل العاشر

أثناء الاجتماع

بعد الانتهاء من هذا الفصل ستكون قادراً على :

- ١ - اختيار القاعة المناسبة لاجتماعات محددة .
- ٢ - تصميم طاولة الاجتماع من البداية إلى النهاية .
- ٣ - تنسيق السبعصريات المطلوبة للاجتماع .

عند تنظيم جلسات الاجتماع يصدق المثل القائل «إن أفضل الخطط التي تعد يمكن أن تفشل» ، لذا فإن هذا الفصل يختص بلب الاجتماع ، أي تنظيم الجلسات التي تعقد أثناء الاجتماع .

ويعتبر التخطيط الجيد مفيداً في هذه الحالة ، وهناك قرارات تتخذ في وقتها مع أن أكثرها ليس له أهمية ، ولكن أغلب هذه القرارات لها تأثير مباشر في نجاح الاجتماع . وتجري بعض الترتيبات المتعلقة بالتخطيط للاجتماع بواسطة منظمي الاجتماع والجهة المتبينة للاجتماع قبل عدة أشهر أو سنوات من بداية الاجتماع ، وبعض هذه القرارات ، مثل السماح بالمدخين أو تحديد الأبواب التي ستظل مغلقة ، قد تتخذ بواسطة مخطط الاجتماع قبل دقائق قليلة من بداية الاجتماع .

إدارة الجلسات :

- العمل مع موظفي المقر :

يعمل مع منظم الاجتماع أحد العاملين في مقر الاجتماع ويطلق عليه اسم مدير خدمات المؤتمر . ففي الوقت الذي يقوم فيه منظم الاجتماع بتمثيل المنظمة من ناحية التخطيط السليم للاجتماع بما يكفل تحقيق المنظمة لأهدافها ، يقوم مدير خدمات المؤتمر بالتأكد من حسن سير المؤتمر دون عقبات . فيبتأكد من أن القاعات مرتبة ترتيباً جيداً ، وأن المطعم المخصص يقوم بإعداد العدد المطلوب من الوجبات ، وأن قسم الحاسبة يعرف المصاريف التي تحسب على المنظمة وتلك التي يدفعها الأفراد المشاركون .

ويقتصر استخدام مدير خدمات المؤتمر في العادة على المقار الكبيرة ، غير أن معظم المقار تخصص شخصاً محدداً يمكن لمنظم المؤتمر أن يعتمد عليه لحل المشكلات التي قد تنشأ ، ذلك لأن المراتب الذي يدفع لمدير خدمات المؤتمر هو مقابل قيامه على خدمة المنظم وتسهيل مهمته فحسب .

إن أساس العلاقة بين المنظم ومدير خدمات المؤتمر هو التعاون ، ولتوضيح ذلك نقدم إليكم المثال التالي . حدث أن استأجر المنظم قاعة مفروشة لاجتماع ما ، وقبل الاجتماع اتضح أن الفرشة التي وضعت لا تناسب الغرض الذي حدد للاجتماع ، وكان

بإمكان المنظم أن يطالب بتغيير الفرشة بكاملها ، إلا أنه بدلاً من ذلك طلب تغيير جزء منها لضمان سلامة المجتمعين ، حيث كانت نوعية الفرشة تشكل خطراً عليهم لسهولة الانزلاق ، وبسبب مرونة المنظم في التعامل مع هذه الحادثة قام العاملون في المبنى بتقديم خدمات إضافية مجانية تقديراً له .

يقوم المنظم في العادة بالاتصال بمدير خدمات المؤتمر ليبلغه بعدد التوجيهات المطلوبة ، والتغييرات المطلوبة في القاعات إن لزم الأمر ، والطلبات الإضافية من الماء والقهوة وما إذا كانت هناك حاجة لقاعد إضافية ، أو أي طلبات إضافية . ومن المفيد توفير هاتف داخلي على طاولة الاستقبال لتسهيل عملية الاتصال بمدير خدمات المؤتمر . وكما ذكر سابقاً فإن بعض المبانى الكبيرة تقدم خدمات النداء الآلى لتسهيل الاتصال .

ويحدث أحياناً أن يتصل المنظم مباشرة بالمستول عن تنظيم حفلة العشاء ، أو مدير العاملين في المبنى ، أو يقسم الهندسة أو يقسم الخدمات ليطلب طلباً ما ، لذلك ، إذا كان هناك طلب لغلاية قهوة إضافية فإن هذا الطلب يجب أن يذهب مباشرة لقسم التموين الغذائي ، وإذا كان هناك طلب لطاولة لقسم التسجيل فإن هذا الطلب يجب أن ينتقل مباشرة لموظفى المقر . أى أن على المنظم ومدير خدمات المؤتمر أن يتفقا على الطلبات التي توجه مباشرة لمدير خدمات المؤتمر وتلك التي ترسل إلى القسم المعنى مباشرة . وإذا كانت مثل هذه الطلبات تمثل مصروفات إضافية ، فمن الأفضل التعامل مباشرة مع مدير خدمات المؤتمر .

إن أغلب الاتصالات التي ترد إلى مدير خدمات المؤتمر أثناء عقد الاجتماع هي لطلب تغيير درجة التكييف داخل القاعة . فهذه القاعات إما أن تكون باردة جداً لبعض الناس أو تكون حارة جداً للبعض الآخر . لذا فإن كانت هناك عدة شكاوى حول درجة الحرارة من الحضور ، فينبغى عند ذلك استدعاء مدير خدمات المؤتمر . وأحياناً لا يمكن عمل شيء ، حيال هذه المشكلة . إذ إن البرودة قد تشتت داخل القاعة بسبب إطفاء الأنوار أثناء عرض الشرائح أو الأفلام .

وقد يعمل مدير خدمات المؤتمر كمنسق خدمات . أى أنه يوصل المنظم بالأقسام الخاصة بتلبية الطلبات على اختلافها . أو قد يسهل لأحدهم صرف شيك شخصي أو حتى القيام بشراء تذاكر لحضور مناسبة ما .

- التعامل مع رئيس الجلسة :

لا يمكن إنكار أن منظم الاجتماع يتحمل بعض المسؤولية عن نتائج الاجتماع . إن وجود علاقة جيدة مع العاملين في مقر الاجتماع والتحديد الجيد لقاعات النشاطات لا يضمن نجاح الاجتماع . وبما أن منظم الاجتماع لا يمكن أن يتواجد في أماكن متعددة في نفس الوقت ، فإن عليه أن يدرك الوقت المناسب الذي ينبغي أن يشارك فيه في تحمل عبء تنظيم الجلسات . إن الجلسات الناجحة لها رؤساء ، أو أناس تناط بهم مسؤولية جلسة الاجتماع . فيقوم رئيس الجلسة عادة بتقديم المتحدث أو أعضاء الجلسة . كما يقوم بتسهيل سير الاجتماع ، وتنسيق تشغيل الأجهزة السمعية بصرية . ويعلن نهاية الجلسة في الوقت المحدد لذلك .

ويجب على منظم الاجتماع أن يبلغ رؤساء الجلسات بواجباتهم ومسؤولياتهم . كما يجب إبلاغهم بأية جلسات أخرى تعقب جلساتهم مباشرة لكي يتمكنوا من ضبط وقت الاجتماع . وقد يزود منظم الاجتماع رؤساء الجلسات بوسائل تساعد على ضبط التوقيت مثل الساعات . كما قد يطلب منهم تقديم الإعلانات والمعلومات العامة الخاصة بالاجتماعات اللاحقة خلال جلساتهم . ونلخص قائمة مسؤوليات الرئيس التالية واجبات رئيس الجلسة .

قائمة واجبات رئيس الجلسة :

- مقابلة المتحدثين لتحديد احتياجاتهم .
- الحصول على معلومات عن المتحدثين .
- توزيع مطبوعات الجلسة .
- تقديم المتحدثين .
- الإشراف على التجهيزات السمعية بصرية .

- التحكم فى الإضاءة والحرارة والبرودة .
- إنهاء الجلسات فى الوقت المناسب .
- توزيع استمارات التقييم وإعادة جمعها .

ملاحظات :

- تحديد السياسات :

غالباً ما يأخذ منظم الاجتماع السبق فى عملية تحديد السياسات والضوابط التى تنظم التصرفات والنشاطات التى تؤثر فى راحة كافة المشاركين فى الاجتماع . وعندما يقوم المنظم بذلك فإنه يمارس مهاراته فى عملية الاتصال بشكل واسع .

فعلى سبيل المثال ينبغى على المنظم أن يتعامل مع موضوع التدخين ، والتوجه حالياً هو تخصيص أماكن للتدخين ، حيث إنه فى أغلب الاجتماعات لا يسمح بالتدخين داخل قاعات الاجتماع ، كما أن عدداً متزايداً من المناسبات التى يتخللها تقديم وجبات تعزل المدخنين عن غير المدخنين . غير أن على المنظم أن يعي أنه فى الاجتماعات الكبيرة يصعب التحكم فى موضوع التدخين ، خصوصاً إن كان المبنى المستخدم يضم مجموعات تسمح بالتدخين .

وينبغى على المنظم أيضاً أن يحدد ما إذا كان إيصال الرسائل الواردة للمشاركين عن طريق المكبر سيتم أثناء عقد الجلسات . فهذه العملية سوف تسبب إرباكاً إذا كان الاجتماع يضم ٢٠٠ شخص : لأن الوقت سيضيع فى سماع رسائل مثل : على فلان أن يتصل بمكتبه ، أو أن ينصل بمكتب المركز بصورة عاجلة . وبعض المشاركين يحب سماع اسمه يذاع بواسطة المكبر ، وقد يعمد بعضهم إلى اختلاق مثل هذه الرسائل لكى يعلن عن اسمه . لذا فمن الأفضل تعليق هذه الرسائل على لوحة إعلانات .

وأخيراً يجب توضيح السياسات الخاصة بالتعامل مع رجال الإعلام ، فالمصورون يقومون بتنظيم أخبار الاجتماع ونقلها للناس أو للجماعات المهتمة بمثل هذه اللقاءات

وللأفراد . وبالنسبة للاجتماعات ذات الأهمية الخاصة يتم اصطحاب المصورين إلى داخل القاعة ، حيث إن المنظمات تعتمد على الدعاية المدعومة بالصور لنشر أخبار اجتماعها وكذلك أهدافها . على كل حال ينبغي ألا تؤثر عملية التصوير على حسن سير الاجتماع ، ويجب تحديد ضوابط تحكم استخدام أجهزة التصوير ، ومن ثم إعلان هذه الضوابط للأفراد ، ووسائل الاعلام ، والمهتمين .

تصميم قاعات الاجتماعات :

يوضح البرنامج المبدئي الذي تمت مناقشته في الفصل الرابع عدد قاعات الاجتماعات المطلوبة والأوقات المحددة لاستخدامها . وخلال الاجتماع الأول الذي يعقده منظم الاجتماع مع موظفي المقر يتم اختيار القاعات التي سوف تستخدم في الاجتماع ، ثم تؤثر هذه المعلومات في العقد الذي يبرم مع الفندق . وعادة ما تتضمن مثل هذه العقود استخدام قاعة رئيسية للاجتماعات العمومية ، وقاعات أصغر للجلسات الصغيرة ، وأحياناً للوجبات ، وأحياناً ذا غرفتين للضيافة .

يستخدم المنظمون (وأيضاً ذوو الخبرة) ما يسمى بنموذج تحديد نشاطات القاعة الذي يتضمن معلومات عن : كيفية تجهيز القاعة المطلوبة ، وكيفية تقديم العصيرات ، وتحديد نوعية وسائل العرض المطلوبة ، وتقوم إدارة المقر في العادة بإرسال هذا النموذج إلى منظم الاجتماع (انظر الشكل ١٠-١) ، كما هو الحال فيما يختص بتجهيزات الاجتماع ، ويجب ملء نموذج تحديد القاعة بشكل دقيق وسليم . وبالنسبة للاجتماعات الكبيرة ينبغي تجهيز هذه النماذج قبل أشهر من بدء الاجتماع . كما يجب تحديث وتعديل المعلومات التي تتضمنها إذا جد جديد يستدعي ذلك . وبالنسبة للاجتماعات الصغيرة فيمكن تعبئة النماذج قبل أسبوعين . أما إذا وعدت إدارة المقر بتوفير تجهيزات أو خدمات خاصة ، فيجب ألا ينتظر المنظم حتى آخر لحظة التأكد من وجود مثل هذه الخدمات بالفعل .

المشكل (1-10) : مثال لنموذج تنظيم النشاطات

التاريخ الوقت
 الغرفة عدد الأشخاص
 المنظمة اسم الاجتماع
 الشخص المسؤول الغرفة الرئيسية

ترتيب وتصميم غرفة النشاطات

الطاولة الرئيسية عدد الأشخاص
 عدد مكبرات الصوت مكانها
 عدد الكراسي طريقة الترتيب
 خدمات المياه
 خدمات الأكل
 قائمة الطعام
 طريقة الخدمة
 المستلزمات : دقائق أقلام رصاص طفايات سجائر غيرها

الأجهزة السمعية

نوع وعدد مكبرات الصوت
 مواقع مكبرات الصوت
 طاولة المحاضرين
 منصة التحدث
 حامل ورق الكتابة
 سجرة
 أجهزة العرض
 مسجلات صوتية
 غيرها

رسم تخطيطي للغرفة

عند القيام بحجز القاعات ينبغي للمنظم أن يعرف الغرض الذي سوف تستخدم من أجله القاعة ، ومن ثم يقوم بفحصها للتأكد من أنها مناسبة . فعلى سبيل المثال ، يجب التأكد من موقع المدخل والنوافذ الخاصة بالقاعة ، حيث إن القاعة التي لا يوجد بداخلها ستائر لا تصلح لعرض الأفلام ، كما أن وجود الأعمدة قد يحجب رؤية بعض المشاركين . ويجب التأكد من وجود توصيلات الكهرباء في موقع مناسب ، كما يجب التأكد من أن الإضاءة كافية وطريقة الجلوس مناسبة .

ولنناقش الآن بعض هذه العناصر :

الابواب :

تعتبر طريقة تصميم الباب من أهم العناصر بالنسبة لقاعة الاجتماعات ، هل يتسع الباب لشخص يستخدم كرسيًا متحركًا أو مشاية ؟ وإذا كانت هناك عدة أبواب داخل القاعة فيجب على المنظم تحديد الأبواب التي سوف تستخدم . وعادة يتم إغلاق الباب القريب من المنصة وذلك مجاملة للمتحدث لكي لا يحصل تشويش نتيجة استخدامه . وإذا تقرر استخدام أفلام أو شرائح فإن الباب الأقرب للشاشة يغلق لتحسين درجة وضوح الرؤية .

قد تفرض إجراءات السلامة منع إغلاق الأبواب ، إذا يكتفى بلوحة تعلق ويكتب عليها عبارة «يرجى عدم فتح الباب أثناء الاجتماع » . وقد يسمح باستخدام عوائق مثل الكراسي أو الطاولات أو حتى حامل توضع عليه لوحة . ويجب أن نطبق ذلك في الداخل والخارج . وإذا كانت عملية الدخول للاجتماع تخضع لضوابط معينة فمن الأفضل إقفال كل الأبواب باستثناء واحد منها بحيث يستطيع شخص أن ينفحص هويات المشاركين وهم يدخلون إلى القاعة .

- المنصة والطاولة الرئيسية :

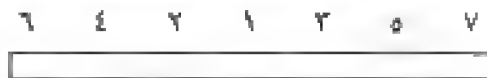
يعتبر موقع الطاولة الرئيسية أو المنصة ثاني عنصر هام في عملية تصميم قاعة الاجتماعات ، إلا أن معظم القاعات تكون مستطيلة الشكل بحيث يقف المتحدث في آخر نقطة مواجهًا للناس بشكل طولي . أما إذا كانت المنصة في منتصف القاعة فقد يتعين على المتحدث الالتفات كثيرًا لكي يستطيع توزيع نظراته على الحضور . والوضع المثالي للمنصة هو أن تكون على بعد ستة أقدام من الصف الأول .

وإذا كان البرنامج يتخلله عرض لوسائل سمعية بصرية فقد يحدد موقع المنصة موقع شاشة العرض أو التوصليلات الكهربائية ، ولحسن الحظ فإن البنايات الجديدة الآن تحتوي على عدد كاف من مصادر الطاقة بحيث تمنع المنظم شيئاً من المرونة . وسوف نتحدث عن التجهيزات السمعية بصرية في جزء لاحق من هذا الفصل .

إن رفع الطاولة الرئيسية أو المنصة بعض الشيء يسمح للمتحدث برؤية الحضور بشكل واضح ، أما بالنسبة للحفلات الترفيهية فقد يتعين وضع المنصة في موقع واحد فقط . كما أن الاعتبارات الأمنية للناس الموقوفين قد تفرض وضعاً معيناً بالنسبة لموقع المنصة ، إذ قد يتطلب الوضع ممراً مباشراً من الباب إلى المنصة .

ويجب أن تكون الطاولة الرئيسية طويلة بدرجة تكفي لجلوس المتحدثين أو المشاركين في الحوار أو الضيوف بشكل مريح . ويجب أن يكون هناك فراغ بين الكراسي والطاولة وخلف الكراسي من الطاولة الرئيسية : حتى لا يجلس الناس بشكل غير مريح ، ولكي يستطيع المشاركون أن يقوم من كرسيه متجهاً إلى مكبر الصوت بسهولة وسر . أحياناً توضع منصة المتحدث في وسط الطاولة ، وأحياناً أخرى توضع في أحد طرفي الطاولة الرئيسية أو فيهما معاً . إلا أنه يجب وضع المنصة في أحد الجانبين إذا ما استخدمت شاشة للعرض . أما إذا وضعت منصة الحديث في الوسط فمن اللائق أن يجلس المضيف أو الرئيس أو المدير العام أو الشريك الرئيسي أو رئيس المؤتمر في الوسط ، ويجلس الشخص المتميز الثاني إلى يمينه ، ويجلس الشخص الثالث إلى يساره ، أي أن طريقة الجلوس تتبع نظام يمين / يسار انطلاقاً من الوسط . ويوضح الشكل رقم (١٠-٢) الطريقة التقليدية لترتيب الجلوس في الطاولة الرئيسية . بحيث يرمز الرقم (١) إلى أهم شخص (المضيف) ويرمز الرقم (٧) إلى الأقل شأناً .

الشكل (١٠-٢) : طريقة ترتيب الجلوس في الطاولة الرئيسية التقليدية



وقد لا تكون هناك حاجة لطاولة رئيسية ، حيث توضع الكراسي فقط أمام الحضور في بعض الجلسات ، وإذا استخدمت منصة واقفة فيجب سؤال المتحدث عما إذا كان يفضل منصة صغيرة توضع على الطاولة مباشرة .

كما يفضل وضع لمبات فنية خلف الطاولة الرئيسية ، أما بالنسبة للزهور واللافتات التي تحمل اسم المنظمة فتوضع أمام المنصة وهذا هو مكانها المناسب . إن استخدام لوحة أو لافتة بالقرب من المنصة أو على الجانِبِ ضمن دعاية إعلامية كبيرة للمنظمة ، خصوصاً إذا كن هناك بصورون بين الحضور ، وأحياناً يوضع على المنصة بعض الأعلام ، وإذا استخدمت الأعلام فيوضع علم الدولة التي يعقد بها الاجتماع إلى يمين المنصة أو إلى يمين علم المنظمة التي يخصها الاجتماع . وعموماً إذا استخدم العلم فالأفضل أن يكون مكان الخيالة جهة اليمين .

- الإضاءة :

ثالث عنصر هام من عناصر تصميم قاعة الاجتماع هو الإضاءة ، إذ تحدد الطريقة المستخدمة في إضاءة القاعة مكان وضع الطاولة الرئيسية ومكان الحضور وتستخدم مجموعة من الأنوار الساطعة لتسلط الضوء على مكان الطاولة الرئيسية ، ويجب أن تكون الإضاءة مصممة بحيث لا تزعج المتحدث مباشرة حينما يبدأ الحديث .

وبعض الاجتماعات تتطلب استخدام الإضاءة التي تتبع الشخص وهو يسير ، وهذه الطريقة تناسب الاجتماعات التي ينطلقها نشاط عرض فوق منصة . وإذا كانت هناك حاجة ملحّة لإضاءة معينة فينبغي وضع سفالة والاستعانة بكهربائي جيد لترتيب الإضاءة المطلوبة ، وإذا كانت هناك حاجة لعرض شرائح أو أفلام فيجب معرفة كيفية خفض الإضاءة ، أي يجب التدريب على تشغيل الإضاءة قبل الاجتماع .

- خدمات المشرّيات :

تعتبر خدمات المشرّيات من الأمور الهامة التي يجب مراعاتها عند تصميم قاعة الاجتماعات ، حيث يجب تقديم الماء للمشاركين في كافة القاعات على الدوام عن طريق وضع كواب وزجاجات ماء على امتداد الطاولة ، إذ إن تحرك الناس لشرب الماء فيه شيء من الإزعاج ، لذا من الأفضل وضع الماء مباشرة على الطاولة خصوصاً في الاجتماعات الصغيرة ، مع مراعاة أن الزجاجاة الواحدة تكفي لستة أو ثمانية أشخاص .

أما بالنسبة للمقبلات فيجب وضعها مستقلة على طاولات في عدة أماكن من القاعة . وكغيار فإن الاجتماع الذي يحضره مائتان وخمسون شخصاً يحتاج على الأقل إلى أربع طاولات خدمة ، بحيث يوضع على كل طاولة ست أو ثمانى زجاجات ماء ومن خمسين إلى ستين كأساً .

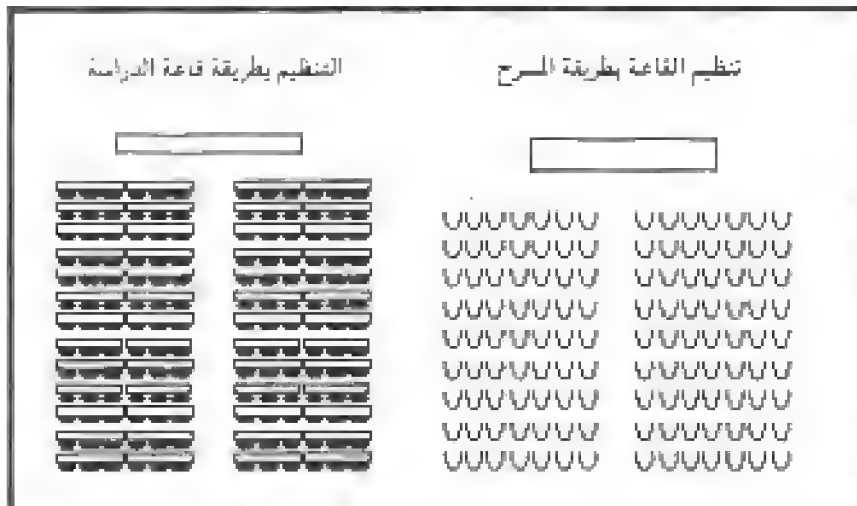
وبعض الاجتماعات لا يتخللها استراحات محددة بوقت لشرب القهوة أو العصيرات ، لذا توضع القهوة والعصيرات داخل قاعة الاجتماعات ويسمح للناس باستخدامها متى أرادوا ذلك ، وبالنسبة للاجتماعات الصغيرة فتكفى طاولة خدمة واحدة ، أما الاجتماعات الكبيرة فيجب الاستعانة بعدة طاولات خدمة ، ويجب أن يوضع الماء دائماً على طاولات الخدمة .

- طريقة الجلوس :

إن لم تكن الكراسي مثبتة على الأرض بمسامير فعلى المنظم أن يختار الطريقة المناسبة لعملية الجلوس ، لذا تعتبر طريقة الجلوس هي خامس عامل هام في تصميم قاعة الاجتماعات ، وبالنسبة للجلسات العامة فإن طريقة الجلوس التقليدية المستخدمة هي ما يسمى بطريقة المسرح أو قاعة الدراسة ، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١٠-٣) .

إن الفرق بين الطريقتين أنه في نموذج قاعة الدراسة تستخدم الطاولات بالإضافة إلى الكراسي ، ويحتاج الشخص الواحد إلى متر مربع تقريباً في القاعة التي نستخدم نموذج المسرح ، وإلى متر ونصف تقريباً في القاعة التي تستخدم نموذج قاعة الدراسة في الجلوس .

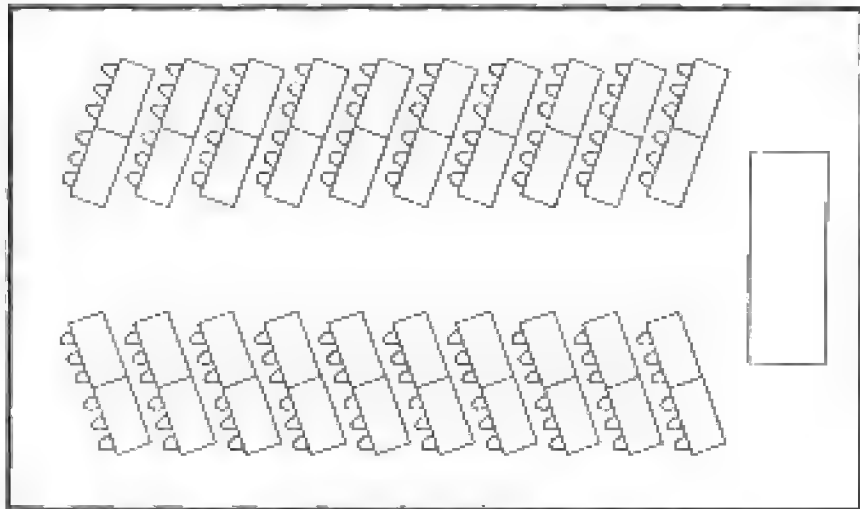
الشكل (١٠-٣) : طريقة الجلوس التقليدية



ويقدم موظفو المبنى دائماً النصائح لمنظم الاجتماع فيما يختص بطريقة الجلوس التي تنفق وأنظمة الأمن والسلامة . فمثلاً يجب ألا يقل عرض الممر في القاعة الكبيرة عن مترين تقريباً ، أما في القاعات الصغيرة فيكفي متر واحد . وقد تنظم طريقة الجلوس بحيث يوضع ممران ، وتنقسم قاعة الجلوس إلى ثلاثة أقسام ، وقد تتطلب أنظمة الأمن والسلامة وضع ممر في الخلف وآخر جانبي ، مما يسمح للشخص الذي يستخدم كرسيًا للمعاقين ، أو مشاية أو عصا أن يمر بسهولة ويسر .

ويزداد تفاعل الناس عندما يواجهون بعضهم ، إن استخدام أي من الطريقتين السابقتين يسمح للحضور بمشاهدة المتحدث ، ولكنها لا تسمح لهم بمشاهدة بعضهم دون الالتفات . كما أن من مساوئهما أن المشاركون يجلس خلف مشاركون آخرين مما قد يحجب رؤيتهم . لذا فإن استخدام طريقة الرقم (٧) في الجلوس قد يساعد في تخفيف المشكلات ، كما هو موضح في الشكل رقم (١٠-٤) . علماً بأن طريقة الجلوس هذه تستخدم بطاولات أو بدون طاولات .

الشكل (١٠-٤) : طريقة الجلوس على شكل رقم (٧)



وبالنسبة للقاعات التي تستخدم لعمل المجموعات الصغيرة فيمكن استخدام إما نموذج المسرح أو نموذج القاعة الدراسية . لكن بما أن عدد المشاركين في المجموعات الصغيرة يقل عن عدد المشاركين في الاجتماعات العامة ، ولأن المجموعات الصغيرة تتطلب مشاركة وتفاعلاً أكثر بين المشاركين ، فيوجد هناك خيارات أخرى لطريقة الجلوس يوضحها الشكل رقم (١٠-٥) . ويستطيع المنظم أن يستعين بقوائم المسجلين الميكروين لتقدير أعداد الكراسي المطلوبة سواء للاجتماعات الكبيرة أو الصغيرة ، ومع ذلك سوف تظل هناك حاجة لمزيد من الكراسي لمواجهة التسجيل الذي يتم في اليوم الأول للاجتماع ، وإذا كانت القاعة قد رتبت حسب نموذج القاعة الدراسية وطرائق حاجة لمزيد من المقاعد ، فيمكن سحب بعض الطاولات من مؤخرة القاعة ويوضع بدلاً منها مقاعد حسب نموذج المسرح ، حيث يمكن وضع عدد أكبر من المقاعد في حالة إزاحة الطاولات . أما إذا حصل العكس وكان عدد الحضور قليلاً ، فيمكن أن يطلب من موظفي المجني سحب المقاعد والطاولات الزائدة ، وهذا الإجراء يجعل الناس يتقدمون إلى الأمام بدلاً من أن يتناثروا في كافة أنحاء القاعة ، إن الغرفة النصف مملئة تعتبر أيضاً كنصف قاعة ، وهذا يعطي انطباعاً سيئاً .

- العناصر الأخرى :

لا تقتصر عملية ترتيب قاعة الاجتماعات على العناصر الرئيسية التي سبق ذكرها وهي : أبواب البُحُول وأبواب الخروج ، وتصميم الطاولة الرئيسية ، والإضاءة ، والمرطبات ، وطريقة الجلوس ، بل إن عملية الترتيب تتطلب أموراً إضافية أخرى . وفيما يلي موجز لبعض العناصر الإضافية التي يتعين على المنظم في العادة أن يراعيها :

- ترتيب الطاولات :

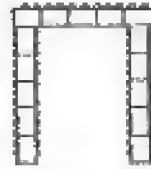
عادةً يتم تغطية الطاولات - سواء الرئيسية أو التي يجلس عليها الحضور - بقماش ، بحيث يسحب القماش من الأمام إلى أن يلامس الأرض ومن الجوانب إلى المنتصف ، وهذه الطريقة تضمن عدم ظهور أقدام الناس . وفي الغالب يُسأل المنظم عن لون القماش الذي يفضلهُ .

الشكل (١٠ - ١٥) : أشكال أخرى لتنظيم الجلوس

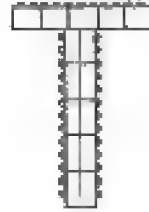
على شكل مجلس الإدارة أو المؤتمر



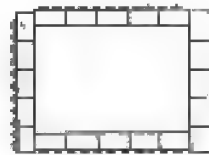
على شكل حرف (U) أو هندسة هيمان



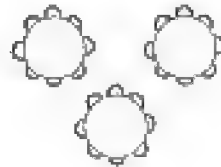
على شكل حرف (T)



على شكل مربع مفرغ



على شكل دائري



وتوفر إدارة المقر عادة أقلاماً وأوراقاً وبعض الطوى التى توضع على كل كرسي أو طاولة ، وأحياناً توفر الهيئة الراعية للاجتماع مطبوعات توزع على شكل هدايا للمشاركين ، فإذا كان الأمر كذلك فعلى المنظم أن يجدول الوقت والعمالة اللازمة لتوزيع هذه الأشياء .

خدمة الوجبات :

يمكن ترتيب قاعة الوجبات بنفس الطريقة التى ترتب بها القاعات الصغيرة التى تخصص لمجموعات العجل الصغيرة ، أو يمكن استخدام أى طاولة مربعة أو مستديرة لنفس الغرض . ويمكن أيضاً استخدام الطاولات التى على شكل مربع لخدمة عدد كبير من الناس عن طريق توصيل المربعات سوياً (انظر طريقة مجلس الإدارة فى الشكل رقم ١٠ - ٥) ، حيث تبلغ أبعاد الطاولة المربعة الواحدة من (٦) إلى (٨) أقدام طولاً ، ومن (١٨) إلى (٣٠) بوصة عرضاً . ويجب مراعاة أن الشخص يحتاج إلى نحو قدمين للجلوس . وبالنسبة للطاولة المستديرة فيبلغ قطرها عادة (٥) ، أو (٦) ، أو (٨) أقدام ، ويستطيع من (٦) إلى (٨) أشخاص الجلوس على طاولة طعام قطرها (٥) أقدام ، أما إذا كان قطرها (٦) أقدام فيمكن لعشرة أشخاص أن يجلسوا عليها لتناول الطعام . (انظر الفصل الحادى عشر لمزيد من المعلومات عن خدمات الطعام والمرضيات) .

تنظيم أوقات تجهيز القاعات :

يجب الاتفاق مع مدير خدمات المؤتمر على أوقات تجهيز القاعات ، والتغيرات التى قد تطرأ على طريقة ترتيبها . فلا يمكن مثلاً ترتيب قاعة حسب نموذج القاعة الدراسية (انظر الشكل رقم ١٠-٣) حتى الساعة الثانية عشرة ظهراً ثم يطلب تغييرها على شكل طاولات دائرية لوجبة الغداء (انظر الشكل رقم ١٠-٤) ، وقد يحدث أن تجهز القاعة للاجتماع وللغداء معاً ، بحيث يخصص المكان القريب من المنصة للاجتماع ، ويخصص المكان الخلفى للغداء على شكل طاولات دائرية ، على كل حال يجب التأكد من أن القاعة يتم تجهيزها قبل بدء الاجتماع ، حيث إن الأصوات الناشئة عن أبواب الأكل من ملائق وأطباق تكون مزعجة .

ويجب أن يكون المنظم على علم بما إذا كانت إدارة المقر قد قامت بتأجير القاعات فى الأوقات التى نسبق أو تلى أوقات عقد الاجتماعات لحساب جهات أخرى ، وإذا كان

الوضع كذلك فإنه في حال تجاوز إحدى الجلسات الوقت المخصص لها فسوف يكون هناك نوع من الفوضى . ومع أن موظفي المبنى المعنيين بترتيب القاعات يمكنهم صنع المعجزات في وقت قصير ، إلا أن قدرتهم لها محدودة . لذلك كله يتعين على المنظمة استئجار القاعات فترات أطول لضمان وقت كافٍ لترتيب القاعات .

وتبرز مشاكل ازدحام جدول القاعات عندما يكون هناك اجتماع رسمي يضم مجموعة من العلماء داخل قاعات على شكل نموذج القاعة المدرسية ، ثم يتبع هذا الاجتماع حفل تخرج مع وجبة عشاء - مما يستدعي ترتيب القاعة على شكل طاولات مستديرة تكفي لـ (٢٥٠) ضيفاً . فإذا فرضنا أن اجتماع العلماء جاوز الوقت المحدد وهو الخامسة والنصف وانتهى الساعة السادسة ، وبما أنه من المتوقع أن يصل ضيوف حفل التخرج الساعة السابعة والنصف ، فإن ذلك يعني أنه خلال ساعة ونصف فقط يتعين إخراج (٤٠٠) كرسي من القاعة ، وفك طاولات المتحدث ، وتخزين الوسائل الإيضاحية ، وإخراج الطاولات ، وإدخال الطاولات المستديرة ووضع (٢٥٠) كرسيًا . ومع أنه بالإمكان عمل كل هذه التعديلات خلال الوقت المحدد إلا أن ذلك سيكون مربكًا للجميع .

القاعات المساعدة :

بالإضافة إلى القاعات التي تعقد بداخلها الجلسات ، فقد يحدد المنظم إلى استئجار حجوزات إضافية أخرى مثل :

- قاعة الصحافة :

تجهز عادة حجرة للإعلام تكون على مقربة من قاعة الاجتماعات الكبيرة ، وحجم هذه الحجرة صغير نسبيًا ، وتكون مجهزة بتوصيلات كهربائية ومعدات تسجيل ، وبداخلها كراسي وطاولات ، ويكتب على الحجرة من الخارج عبارة « للصحافة فقط » ، كما يمكن تزويد القاعة بألات كتابة وأجهزة حاسب ، وأحياناً يوفر الفندق الذي يعقد بداخله الاجتماع خطوطاً هاتفية مباشرة ، إلا أن هذه تكون مكلفة حيث تصل التكلفة إلى (٤٠٠) دولار يومياً . لذا يمكن وضع المقر الإعلامي بالقرب من الهواتف العامة ، وإذا تقرر عقد مؤتمر صحفي فيفضل تجهيز طاولة رئيسية للمتحدثين ، وبالنسبة لترتيب القاعة نفسها فيمكن ترتيبها على شكل قاعة دراسية ، ونوفر في

الغالب مرطبات توضع على طاولة في مؤخرة القاعة ، وعادة توضع متصدة عليها الكتيبات والأخبار الصحفية .

- حجرة تجهيز المتحدثين :

في العادة تُخصص حجرة للمتحدثين الرسميين يستخدمونها للخلوة بأنفسهم ولكن يتمرنوا على الحديث قبل بداية الحديث الرسمي . ويجب تزويد هذه الحجرة ببعض الإمكانيات التي تساعد المتحدث مثل إمكانية مشاهدة الشرائح ومراجعتها . والترتيب الأمثل لمثل هذه القاعة هو ثلاث أو أربع مناضد دائرية مع المقاعد . ويمكن استخدام هذه القاعة للتخزين في الأوقات التي تسبق الاجتماعات .

- أجنحة الضيافة :

إن من مهام منظم الاجتماع تهيئة أجنحة ضيافة ، وهي عبارة عن حجرة أو جناح يخصص للضيافة . إن الهدف من جناح الضيافة هو توفير مكان للمشاركين للاسترخاء ، وللتعارف فيما بينهم . وعادة يمكن تزويد جناح الضيافة ببعض المرطبات والمعجنات الخفيفة (انظر الفصل الحادي عشر) . وكما ذكر سابقاً ، فإن تنظيم الجلسات يعني التعامل مع أناس عديدين قبل وأثناء الاجتماع ، كما يجب الحصول على معلومات واقية وحديثة عن سير الأمور ، ويجب تفصيل وتوضيح التعليمات والسياسات الخاصة بالاجتماع قبل بدايته . وفيما يلي قائمتان تستخدمان للمساعدة في عملية تنظيم الاجتماعات .

قائمة تنظيم قاعة الاجتماعات العامة

قاعات الجلسات	الموقع	الوقت	وقت التمرين الاستعدادي	الاستخدام قبل / بعد

- ☐ تجهيز الحجرات المساندة .
- ☐ تجهيز لوحات الدخول الإرشادية .
- ☐ الترتيب مع رؤساء الجلسات .

قائمة خاصة بـجلسة

عنوان الجلسة :

الغاية	الموقع	الوقت	وقت التمرين الاستعدادي	الاستخدام قبل / بعد

رئيس الجلسة :

☐ تحديد موقع التحكم في الإضاءة .

☐ تحديد موقع جهاز التحكم في درجة الحرارة .

☐ توزيع المشعرات .

☐ توزيع استمارات التقييم .

☐ اللوحات الإرشادية الدالة على المدخل

طريقة ترقيم الجلوس : ☐ قاعة دراسية ☐ مسرع العدد :

المشروبات والشرطيات : ☐ على طاولات ☐ في موقع موحد

عدد الأواني والأكواب :

مواد المنضدة : ☐ قاعة ☐ توزيع

المنضدة الرئيسية : ☐ الموقع ☐ العدد

☐ بقمش ☐ زهور ☐ لوحات إرشادية

مفصلة الحديث :

☐ على شكل واقف ☐ توضع على الطاولة ☐ وسط ☐ جانبي

الإضاءة :

☐ على شكل واقف ☐ توضع على الطاولة ☐ وسط ☐ جانبي

المتطلبات الخاصة بالسمبصريات :

توضح نوعية الاجتماع وطبيعة المجتمعين بشكل عام الاحتياجات الخاصة بالسمبصريات التي سوف تستخدم خلال الاجتماع ، فعلى سبيل المثال : قد يحتاج اجتماع مجلس الإدارة الذي يضم (٢٠) عضواً إلى صحيفة حائطية وقلم ملون سميك وجهاز عرض للشرائح ، وعندما نعقد نفس الشركة اجتماعاً لكافة العاملين في وحداتها المختلفة البالغ عددهم (٢٠٠) عاملاً ، قد نكون هناك حاجة إلى استخدام عدد كبير من مكبرات الصوت ، كما أنه في أغلب المناسبات العلمية التي يتم فيها عرض أبحاث علمية ، قد تكون هناك حاجة إلى أجهزة عرض للشرائح والأفلام يستخدمها أغلب المتحدثين . وقد تنطبق نفس الاحتياجات على اجتماعات الفنيين الطبيين ، ومقاولي السباكة والتكييف ، ومديري الفرق الرياضية .

وتتفاوت الاحتياجات بالنسبة لأجهزة الصوت من مكبر صوت صغير إلى أجهزة عالية الجودة "سبيريو" ، ونفس الشيء بالنسبة للسمبصريات حيث تتفاوت من لوحة بسيطة تعلق على الحائط إلى أن تصل إلى أجهزة عرض بالغة التعقيد لها قدرات عديدة .

ويجب تشجيع المتحدثين على استخدام السمبصريات ما أمكن ذلك ، حيث يرسل نموذج تحديد احتياجات السمبصرية إلى كل متحدث (انظر النموذج رقم ٤-١) وقد يحضر بعض المتحدثين أجهزةتهم الخاصة بهم ، والبعض الآخر قد يحتاج إلى مساعدة في تشغيل الأجهزة التي لم يتعود عليها . وعلى منظم الاجتماع أن يحدد قبل كل جلسة الجهة المعنية بإصلاح الأعطال الفنية في الأجهزة السمبصرية ، وما إذا كانت هناك أجهزة احتياطية لاستبدال ما يعطب منها .

- أجهزة الصوت :

تستخدم عادةً مكبرات الصوت خلال الاجتماعات ، والوضع المثالي هو استخدامها عندما يزيد عدد الحضور على (٢٥) قردياً ، أما في الاجتماعات الصغيرة فقد لا يستخدم مكبرات للصوت إذا كان الحضور يسمعون المتحدث بوضوح . وقد نكون هناك حاجة لأكثر من مكبر صوت على المنضدة الرئيسية إذا كان هناك أكثر من مشارك في

نفس الوقت ، وقد توضع المكبرات بشكل متناثر أمام الحضور لتسهيل عملية مشاركتهم ، وتقوم الفنادق عادةً بتأمين مكبرات الصوت للاجتماعات وتحصل على رسم مقابل ذلك .

كما يمكن وضع مكبر الصوت مباشرة على المنصة أو تثبيت على حامل . وأغلب مكبرات الصوت يمكن فصلها بسهولة عن الحامل مما يتيح للمتحدث التحرك أثناء الحديث ، ويتعين على المنظم أن يتأكد من أن التوصيلات الخاصة بأجهزة المتحدث ليست عائثاً قد يسقط بسببه ، وهناك أنواع من المكبرات تسمى « لافير » تثبت بمشبك على الياقة أو تعلق بخيط على رقبة المتحدث .

أما بالنسبة للسماعات ومكبرات الصوت فهي إما أن تكون مثبتة أصلاً في المبنى وإما أن تجلب إلى داخل القاعة . وتنفذ المثبتة أصلاً للمحاضرات والخطب العادية . أما المناسبات التي تتخللها موسيقى فقد تكون هناك حاجة للسماعات والمكبرات العالية الجودة .

وسنحسن تعليق سماعات الصوت في أعلى نقطة داخل القاعة : لأن السماعة التي توضع على الأرض تجعل الصوت ينحدر لأسفل ، مما قد يحجبه عن الجالسين في المقاعد الخلفية - لأن الصوت يضيع بسبب الاثاث والقماش الذي يوضع على المناظر ، وبسبب حجب أقدام الجالسين في الصفوف الأولى له . كما أن وضع المكبرات في مكان قريب جداً من المتحدث يسبب حدوث صدى مزعج .

وتتضمن الموسيقى جواً هادئاً في مناسبات عديدة ، فإذا أذيعت بصوت خافت خلال مناسبات الاستقبال أو الولائم فإنها تكون مناسبة جداً . وأحياناً تستخدم الموسيقى بحيث تتزامن مع دخول المتحدث وذلك كنوع من التفتيح ، وفي بعض الاجتماعات يشترك الحضور في غناء النشيد الوطني الخاص بهم ، وإذا كان اللقاء ينخلله حفل غنائي فلا بد من توفير تجهيزات متطورة تناسب الحفل ، وفي مثل هذه الحفلات يقوم الفنانين باختيار هذه التجهيزات ووزنها حسب الشكل الذي يلائمهم . لذلك فقد يطلب من منظم الاجتماع حجز قاعة تخصص للحفلة الموسيقية ، ويتعين على المنظم أن يعمل جنباً إلى جنب مع المغني وأصحاب المبنى للتأكد من أن التجهيزات المؤمنة صالحة

للاستخدام ، وأن هناك مقابس كهربائية كافية لتشغيل التجهيزات ، وأن القاعة التي تم اختبارها ليس بها صدى صوتي .

ويجب اختبار جميع أجهزة تكبير الصوت والأجهزة الموسيقية وذلك لاختيار جهازين منها ، ويفضل عمل هذا الاختبار قبيل كل جلسة . وسوف يظهر الاختبار ما إذا كان يتعين خفض الصوت أو رفعه قبل بدء الاجتماع ، حيث إن أجسام الحضور تمنص جزءاً من الصوت . ويجب تعيين شخص (رئيس الجلسة مثلاً) ليقوم برفع مستوى الصوت أو خفضه بشكل يناسب الحضور ويجعلهم يستمعون بما يذاع .

- الوسائل البصرية المساعدة :

من الوسائل التي يستخدمها المتحدثون عادة لوحة الحائط أو اللوحة القلابة وأقلام الكتابة الملونة العريضة . وقد يستخدم جهاز عرض الشرائح إلا أن استخدامه يشوبه شيء من عدم الوضوح ، وهو أثقل فعالية من جهاز عرض الشرائح الصغيرة المصورة ، كما تستطيع اللوحات البيضاء الإلكترونية عرض المادة المطبوعة على الشاشة مباشرة ، وأيضاً تصوير ما يعرض على ورق عادي . ولإنجاز ذلك نحتاج إلى طباشير وأقلام عريضة ملونة وورق شفاف .

تستخدم في العادة أجهزة عرض شرائح صغيرة أو أجهزة عرض الأقلام ، وهي إما أن تدار بواسطة شخص متخصص ، وإما بواسطة المتحدث عن طريق استخدام التحكم عن بعد . ويوجد في بعض القاعات أجهزة عرض موضوعة وراء الجدار الخلفي . وبالنسبة لكل أجهزة العرض يجب توفير مصابيح إضافية لها تحسباً لحوث أعطال .

أما في الأماكن الكبيرة فإن الأمر يتطلب أجهزة عرض ضخمة وشاشة عرض مناسبة ، حيث إن الشاشة الصغيرة المعلقة على حامل لن تستطيع عرض صورة بشكل واضح أمام (٢٠٠) شخص . ويجب وضع الشاشات على ارتفاع خمسة أقدام لكي يمكن رؤيتها بوضوح . ويوجد في كثير من مقر الاجتماعات شاشات مثبتة بشكل دائم داخل القاعات ، والبديل الآخر هو العرض الخلفي حيث توضع الشاشة مقابل أجهزة العرض . وعند استخدام العرض الخلفي يجب ترك (٢٠) قدماً على الأقل ؛ لكي يمكن الاستفادة من العرض الخلفي . ويجب إيصال الصوت باستخدام المكبرات الموجودة

في المبنى ، كما يجب التأكد من أنه بالإمكان تصميم القاعة بشكل يكفي لعرض الأفلام بوضوح ، ويجب دائماً التدريب على استخدام الأجهزة ، وإذا كنت تنوى استخدام شاشة محمولة ، فحاول تغطيتها بنوع من القماش على الجوانب لكي يكون شكلها أكثر قبولاً .

وبالنسبة لجهاز التلفزيون فلا يكفي مقياس (١٩) بوصة لكي يشاهده (٢٥) من الحضور بوضوح ؛ لذا يفضل وضع عدة أجهزة في أنحاء متفرقة من القاعة ، وستطيع بعض أجهزة الفيديو عرض الشاهد على شاشة من الحجم الكبير . ويتعين ملاحظة أن أشرطة الفيديو المصنعة خارج الولايات المتحدة الأمريكية قد لا تناسب الأجهزة المستخدمة داخلها ، وتعتبر الدائرة التلفزيونية المغلقة من أكثر وسائل الإيضاح تقدماً ، حيث يمكن استخدامها عندما لا يستطيع المتحدث حضور الاجتماع . وتستخدم بعض المؤتمرات الدوائر التلفزيونية المفصلة لإذاعة أحاديث قصيرة موجهة للحضور يلقونها بعض المرموقين اجتماعياً . ويجب ألا تُترك عملية ترتيب النقل التلفزيوني في الدائرة المغلقة لشخص غير متمرس في هذا النوع من الأعمال ، ويمكن استخدام الدائرة التلفزيونية أيضاً في عملية توصيل المشاركين مع بعضهم البعض إلكترونياً ، إلا أنه بسبب ارتفاع تكلفة هذه العملية ، ولصعوبة التنسيق ، فإنها لا تناسب كل الاجتماعات .

لقد أصبح الحاسب الآلي ، كما هو متوقع ، وسيلة تقديم وإيضاح ، حيث يستطيع المتحدث أن يحل مشكلة ما ، أو أن يصمم تصميماً معيناً على الحاسب ثم يقوم بعرضه على الشاشة أمام الحضور . إن هذه الطريقة مفيدة جداً خصوصاً في الجلسات التدريبية . وكما ذكر سابقاً ، يمكن استخدام الحاسب أيضاً في عملية زيادة التفاعل بين المشاركين في الاجتماع ، أو بين المشاركين والمتحدث .

- الخدمات المتخصصة :

قد يتعين في بعض الاجتماعات تقديم تسهيلات وخدمات للمتحدثين وللمشاركين الذين لا يستطيعون حضور الاجتماع ؛ لذا يتعين على المخطط أن يتأكد من وجود التجهيزات المطلوبة ، ووجود فنيين لإدارة هذه التجهيزات ، وكذلك توفر التنسيق

المطلوب لمثل هذه الخدمات : ومن الأمثلة على هذه الخدمات : خدمة النسخ ، وخدمة الترجمة الفورية .

- خدمة النسخ :

بعض الاجتماعات تسجل بكاملها على أشرطة حيث يتم عن طريقها إرسال مداوالات الاجتماع إلى الذين حضروا ، أو تباع للحضور وغيرهم . وقد تصل تكلفة تسجيل مداوالات الاجتماع بطريقة دقيقة ونسخها ما يقارب ثلاثمائة دولار يومياً ، وقد تحاول بعض الشركات الفنية الحصول على إذن لتصوير وتسجيل وقائع الاجتماع ثم تقوم ببيع الأشرطة ، وإذا اتبع هذا الترتيب فلن تكون هناك تكلفة لراعى الاجتماع . كما انه باستخدام هذه الطريقة يمكن تحضير الأشرطة حال انتهاء الجلسة .

إذا نقرر تصوير الجلسة فيجب توخى الحزم بحيث لا تزعج الإضاءة الحضور . حيث يجب أن تثبت الإضاءة بعيداً عن عيون المتحدث لكي لا تزعجه ، كما يجب أيضاً تشجيع المتحدثين على التمرن مسبقاً على خطبتهم قبل عملية التسجيل ، ويجب تشجيعهم أيضاً على ارتداء ملابس أنيقة وملونة لكي يظهروا بشكل أنيق فى الفيلم .

وأخيراً يجب أن نتأكد من الحصول على إذن بالتصوير والتسجيل ، ويتم ذلك عادة بأن يوقع المتحدث على ورقة يسمح بها لشخص أو شركة ما أن تسجل وتوزع حديثه .

- الترجمة الفورية :

قد يتطلب الاجتماع الذى يحضره أجنبى ترجمة فورية ؛ لذا لا بد أن يتوفر فى القاعة توصيلات كهربائية تكفى لعملية الترجمة . ويحصل المنظم عادة على مساعدة من متعهد أو استشارى فى عملية التخطيط للترجمة الفورية .

وهناك نوع آخر من الترجمة الفورية وهو توفير متخصصين فى الترجمة لمن هم مصابون بالصمم . وذلك باستخدام لغة الإشارة الأمريكية . لذا يجب توفير المتخصصين بهذا النوع من الترجمة ، ويجب أيضاً إبلاغ المتحدثين أن حديثهم سوف يترجم .

التكلفة :

إن تكلفة الوسائل السمعية بصرية ، والقنين الذين يقومون بتشغيلها قد تكون باهظة ،

حيث إن أجور مثل هذه الأشياء عادة تكون مرتفعة . ويتوفر في بعض المباني أجهزة سمعية بصرية مع الفئتين اللازمين لتشغيلها ، وبعض المباني تتعاقد مع جهة خارجية لمثل هذه الأشياء . أما بالنسبة لأجهزة تكبير الصوت والشاشات ، فأغلب المباني يوجد لديها مثل هذه التجهيزات .

ويوضح الشكل (١٠-٦) عينة لتكلفة التجهيزات السمعية بصرية . لذلك فإن المنظم يجب أن يتأكد من توفر التجهيزات التي يحتاجها المتحدث ، وعليه أيضاً أن يتأكد من أن التجهيزات التي تطلب يتم استخدامها بالفعل ، فليس من المعقول أن تجهز كل قاعة بجهاز عرض شرائح صغيرة إذا كانت مثل هذه التجهيزات لن تستخدم .

الشكل (١٠-٦) : تكلفة التجهيزات السمعية بصرية

نوع الجهاز	الأجر اليومي (بالدولار)	نوع الجهاز	الأجر اليومي (بالدولار)
الفيديو :		مستلزمات الاجتماع :	
مشغل أشرطة	٦٠٠ دولار	جهاز طابعة أى بي إم	٥٠
مسجل أشرطة في إتش إس	٨٥	مؤشر ليزر	٥٠
ألفا برون ١٩ بوصة	٨٥	حامل ورق قلاب (شراء)	١٢
شاشة ملونه ٢٥ بوصة	١٢٥	أفلام كتابة عريضة (شراء)	٢
جهاز تصوير فيديو	٢٠٠	إضافات :	
جهاز عرض على الشاشة	اتصل لتحديد الأسعار	جهاز نمط ٢٥ ملم بدون سلك	٢٠
أجهزة عرض الشرائح :		حامل جهاز عرض	١٠
جهاز عرض شرائح	٢٥	عربة عرض ١٢ بوصة	١٥
جهاز عرض شرائح صغيرة	٢٥	عربة عرض ٥٤ بوصة	١٨
جهاز عرض قلم ١٦ ملم	١٠	حامل شرائح اضافي	٢٠٥
الشاشات :		العمل :	
شاشة ٦ بوصات	٢٥ أمامى خلفى	التركيب والإصلاح	٢٠ فى الساعة
شاشة ٨ بوصات	٢٥ -	المشغل (٣ ساعات عمل)	١٠ فى الساعة
شاشة ١٠ بوصات	٧٠ - ٩٠		
شاشة ١٢ بوصة	٨٥ - ٩٠		

تابع الجدول السابق :

نوع الجهاز	الأجر اليومي	نوع الجهاز	الأجر اليومي
أجهزة الصوت		جول الأجر :	
جهاز تسجيل	٤٠	- من الساعة مساءً إلى الساعة مساءً من	
مكر صوت	٢٥	الأثنين إلى السبت يوم متواصل - مايزيد	
مكر صوت مفتوح	٢٨	عن ٨ ساعات متواصلة .	
مكر صوت بون سلك	١٠٥	- من الساعة مساءً إلى الثانية عشرة ليلاً	
جهاز تتبع صوت الأقراص	٣٠	من الاثنين إلى السبت .	
مضخة صوت	٤٠	- من الساعة صباحاً إلى الثانية عشرة ليلاً	
اسطوانة صوت	اتصل للحصول على السعر	يوم الأحد .	
		من الثانية عشرة مساءً إلى الساعة صباحاً	
		ثمة ساعة أيام .	
		في الاجازات .	

وبين الشكل رقم (١٠-٧) تكلفة التجهيزات السمعية بصرية لاجتماع ما ، ويلاحظ أن تكلفة النسخ مذكورة كذلك .

إن الحصول على تجهيزات مناسبة ، وقميين لتشغيلها سوف يضمن عدم حدوث أعطال أو مشاكل خلال عقد الاجتماع ، إن استخدام قائمة تجهيز السمعية بصرية التالية سوف يذكّر المنظم بالوظائف المتعددة المتعلقة بترتيب مثل هذه التجهيزات .

الشكل (١٠-٧) : عرض بتكلفة الأجهزة والخدمات السمعية بصرية

أسعار التقنيات الإلكترونية

١٢٢ الشارع العام

مدينة ... / الولايات المتحدة الأمريكية

هاتف رقم : ١٢٢٤٥٦ (١٠٠)

إلى السيد مدير القسم / الفني

٢٢٤ الشارع الأول .. مدينة ... / الولايات المتحدة الأمريكية

المناخية الموقع

التاريخ : ٨-٦ / ١٠ / ١٩

فيما يلي عرض بالخدمات والتجهيزات لنسائبة المذكورة آنفاً وذلك حسب طلبكم . تبلغ مساحة قاعة الاجتماعات الرئيسية (١٠٠) قدم ، وهي محتاج إلى أجهزة عرض شرائح قوية .

المجموع	الاجر اليومي (بالدولار)	التجهيزات
٤٠٠		قاعة الاجتماعات : ٢٠٠ اليوم الأول / ١٠٠ بعد ذلك
١٥٠	٢٥	(٢) عدسة ١٢ بوصة
١٩٥	٦٥	(١) شاشة عرض ١٠.٥ × ١٤ بوصة
١٠٥	٢٥	١ مجموعة ستائر
١٠	٢٥	١ جهاز عرض الشرائح
٦٠	٢٠	١ مؤشر كهربائي
١٢٠	٤٠	١ جهاز عرض شرائح صغيرة
	بدون رسم إيجار	٨ عيوات شرائح صغيرة
٨٤٠		١ عامل للعرض سعر الساعة (١٠٠) عدد الساعات (٢٨) (يحتاج إلى أربع ساعات للفك والتركيب)
٤٠		توصيل التجهيزات وإعادة نقلها
٩٠٠	٣٠٠	التسجيل والتجهيزات
		النسخ (٣) للصفحة (٢٥) صفحة في الساعة (مدة ٢٠ ساعة)
٢١٠٠		
٥٠١٥		المجموع :

يرجى التوقيع على العقد وإعادته .

القضى مدير

قائمة المواد المصيرية :

- ☐ تم الاستفسار من المتحدث عن احتياجاته .
- ☐ تم تعبئة البيانات الخاصة بالجلسات .
- ☐ تم فحص التجهيزات الموجودة في القاعة .
- ☐ تم توقيع العقد :
- اسم المؤسسة
- ☐ تم استئجار عمال :
- قيمة الأجرة
- عدد الساعات
- ☐ تم التنسيق بالنسبة للنسخ :
- اسم الناسخ
- ☐ تم الحصول على إذن بالنسخ من المتحدث .
- ☐ تم التعاقد على تصوير الفيديو .
- اسم الجهة
- ☐ تم الحصول على إذن بتوزيع أشرطة الفيديو .
- ☐ تم التعاقد مع مترجمين .
- الاسم
- ☐ تم التعاقد مع فرقة موسيقى .
- ☐ تم توفير التجهيزات اللازمة لرؤساء الجلسات .
- ☐ تم تجهيز حجرة الاستعداد .

نشاطات الفصل :

- ١ - صمم طاولة رئيسية لعدد ستة مشاركين ، ويجب أن يشتمل التصميم على أعمال الديكور ، والمكبرات ، والمنصة .
- ٢ - صمم قاعة اجتماع لمجموعة مكونة من ٢٠ شخصاً ومتحدثين .
- ٣ - ابحث في منطقتك عن سعر استئجار
 - أ - جهاز عرض فيلمي (فبديو) .
 - ب - شاشة عرض أقلام فيديو .
 - ج - جهاز عرض شرائح من النوع الجديد .
 - د - مصباحي جهاز كشاف .
- ٤ - اتصل بفندق محلي واستفسر عما إذا كانوا يوفرّون أقلام سيورة ، أوراقاً مطبوعة ، وشاشات للاجتماعات .
- ٥ - احصل على أسعار فندقين لاستئجار أجهزة تكبير الصوت .

قائمة مراجعة وسائل الإيضاح

السمعية والبصرية المستخدمة في الاجتماع

الوظيفة (المهنة)	الموقع	الزمن
كرسى المراقب :		
- التأكد من مفاتيح الإضاءة .		
- التأكد من مصادر الطاقة .		
مراجعة (التأكد من) عدم انتشار الضوء من خلال النافذة أو الباب .		
تأمين تعرض الأسلاك للأرض .		
- رقم الميكروفون	النوع	
موقع الميكروفون	السماعات / المضخمات (مضخم الصوت)	
- اختبار (نجربة) الميكروفون		
- الفلم المعروض على البروجكتر .	- الشاشة .	
موقع البروجكتر (الوضع)	- سنارة (التسيير) .	
المصابيح الإضافية .	- فحص المعدات .	
شرائح العرض .	- الشاشة .	
- الموقع (الوضع) .	- سنارة .	
- مصابيح إضافية .	- فحص المعدات .	
- جهاز التحكم عن بعد .	- عدد الأرفف .	
- البروجكتر الرأسى .	- الشاشة .	

- الموقع .
- مصابيح إضافية .
- علاقات / شفاغية .
- في سي ار
- أجهزة الرقابة
- شريط التلقين .
- تلفزيون الدائرة المغلقة
- أجهزة المراقبة
- وحدات الحاسب
- فحص المعدات .
- جهاز تسجيل وتشغيل أقراص سي دي .
- الأشرطة المتحصل عليها .
- أنوات موسيقية
- فحص المعدات .
- جنوا (رسم) بياني .
- علامة (معلمة) / ورق
- سبورة طباشير / سبورة بيضاء .
- علامة (معلمة) / طباشير / مساحة .
- علامة (معلمة) / طباشير / مساحة .

الفصل الحادي عشر

خدمات الطعام والمرطبات

بعد الانتهاء من هذا الفصل ستكون قادراً على :

- ١ - التخطيط لقوائم طعام جيدة .
- ٢ - ترتيب وتنسيق حفلات الاستقبال .
- ٣ - ضبط تكلفة المرطبات والتحكم فيها .
- ٤ - عمل الميزانية اللازمة للطعام والمرطبات .

لا تقتصر أهمية الطعام والشراب على أنها من ضرورات الحياة ، وإنما تعتبر من لذات الحياة . ومع أنه من السهل جداً إشباع الشخص الجائع ، إلا أن إعداد وجبة متناسقة ولذيذة يتطلب جهداً ووقتاً ، خصوصاً إذا كانت الوجبة تعد لمناسبة ما . ورغم أن الاجتماعات التي يتخللها وجبة غداء فقط كثيرة ، إلا أنه حتى لو تطلل الاجتماع نشاطات أخرى مثل : توزيع أوسعة ، أو جمع تبرعات ، أو حفلة ترفيهية ، أو الاستماع إلى متحدث ، أو مزاولة نشاطات تجارية ، فإن وجبة الطعام تظل من الأمور التي تحظى باهتمام الجميع .

وإذا استمر الاجتماع لأكثر من ثلاث ساعات ، فإنه يتعين تقديم أطعمة أو مرطبات حتى ولو كانت خفيفة ، حيث إن تقديم الوجبات أو المرطبات والاستقبالات تعتبر جزءاً لا يتجزأ من الاجتماعات .

ويتعين على المنظم أن يراعى النقاط التالية عند التخطيط لتقديم وجبات ومرطبات :

- ١ - الموقع - أين سيتم تقديم الوجبات والمرطبات ؟
- ٢ - التوقيت : متى سيتم تقديم الوجبات والمرطبات ؟
- ٣ - قائمة الطعام : ما الذي سيقدم للناس ؟
- ٤ - ترتيب الطاولات وطريقة الخدمة - كيف سيتم تصميم القاعة المخصصة ؟ وما هو نوع الخدمة التي سنتبع ؟
- ٥ - التكلفة : كم ستكون تكلفة حفلة الطعام والمرطبات ؟ وكيف سيتمكن التحكم في عملية الدخول للمناسبة ؟

استراحات المرطبات :

يعتبر الوقوف بجانب جهاز إعداد القهوة أو المشروبات الباردة من المناظر المألوفة جداً ، حيث إن حسن سير يوم العمل يعتمد على استراحات القهوة الصباحية والمسائية . والاستراحات هذه هي أيضاً جزء هام من أى اجتماع ومهمة لراحة المشارك النفسية ، وحتى لو لم يتخلل الاجتماع أى مناسبة لتقديم وجبة ، فيجب على الأقل أن يتضمن استراحة لتناول القهوة .

ولم تعد استراحات تناول المرطبات مقصورة على تناول القهوة والفطائر . ومع أن القهوة لا تزال هي الأساس بالنسبة للاستراحات التي تتخلل الاجتماع ، إلا أنه يتم حالياً تقديم مرطبات وأطعمة متنوعة خلال الاستراحات . كما أن المسنولين في المباني التي تعقد بها الاجتماعات يحرصون على إرضاء أذواق الناس ، خصوصاً أولئك الذين يحرصون على صحتهم ، وذلك عن طريق تقديم فواكه وعصائر وماء مغلي ومحفّات قليلة السكر وقليلة الدهن . وقد تشتمل الاستراحة أيضاً على تمرين عضلي أو لعبة حركية جماعية منظمة .

- الموقع :

في بعض الاجتماعات ، يتم تقديم القهوة والمرطبات داخل قاعة الاجتماع طوال اليوم (انظر الفصل العاشر) ، حيث يتم وضع مائدة المرطبات في مؤخرة القاعة بجانب الحائط ، ويتم التنبيه على المشاركين باستخدامها إذا رغبوا . وإذا تم هذا الترتيب فإنه يجب إبلاغ إدارة المقر بتموين الموقع بالمشروبات والمرطبات بصفة دورية .

وفي أغلب الاجتماعات تقدم المرطبات في مكان مجاور لغرفة الاجتماع . وفي الاجتماعات الكبيرة يخصص مكان المرطبات قريباً من منضدة التسجيل والاستعلامات وقريباً من ثورات المياه . ويوجد في بعض المباني تجهيزات كهربائية في وسط صالة الاستقبال تسمح بوضع المرطبات في محل متوسط مفتوح للجميع .

إن تقديم المرطبات في مكان مختلف عن مكان الاجتماع يسمح بتغيير الجو ويضفي نوعاً من الخصوصية على المناسبة ، ومن المواقع المفضلة المسبح أو فناء فسيح مجاور للمبنى . وإذا تم اختيار مكان مجاور فيجب أن يمنح المشاركون وقتاً أطول لكي يستمتعوا بالفترة المخصصة للمرطبات .

- التوقيت :

إذا تم الاتفاق على تخصيص وقت للمرطبات ، فينبغي ذكر ذلك خلال إعداد الجدول وإبلاغ المشاركين بذلك خلال الاجتماع ، على كل حال فإنه ينبغي جدولة استراحة مرطبات بعد كل ساعتين من الاجتماع ؛ لإعطاء المشاركين فرصة للتجول والاسترخاء .

وتجدول الاستراحات عادة في منتصف الجلسة الصباحية وأيضاً في منتصف الجلسة التي تعقد عند الظهيرة ، وبالنسبة للاستراحات الصباحية فإن تقديمها قبل منتصف الصباح سوف يناسب أولئك الذين لا يتناولون قطعاً كبيراً في الصباح ، ومن نفس المنطلق فإن استراحة الظهر تجدول (لاحقاً) ، وذلك أن أغلب الناس يكونون قد تناولوا غداء كبيراً ، ويخصص ما بين (٢٠-٣٠) دقيقة للاستراحات لإعطاء الناس وقتاً كافياً للاستمتاع بالاستراحة ، والذهاب لشورات المياه ، وإجراء محادثات هاتفية ، وكذلك التحدث إلى المشاركين الآخرين .

– قائمة الطعام :

تقدم في العادة قهوة عادية وقهوة يدون كافين وشاي وشوكولاته ساخنة خلال استراحة الصباح ، وأحياناً بعض المعجنات ذات المذاق الحلو ، إلا أن استخدام السكر يساعد على الضبول ولا يساعد على شحذ الهمم . وتقدم أغلب الفنايق القهوة والمشروبات الباردة جنباً إلى جنب ، إلا أن الناس يختارون الآن المشروبات الخالية من السكر وكذلك المياه المثلجة .

قد يمل الناس من استراحات القهوة هذه ، لذا فإن التخطيط الجيد يضمن شيئاً من البهجة على تلك الاستراحات ، فعلى سبيل المثال فإن استخدام الزبادي ، والفواكة الطازجة ، ومرة الخضراوات الطرية ، وأنواعاً من المكسرات سوف يروق للحضور .

كما أنه بالإمكان تنظيم قائمة أنواع المطابخ لكي تناسب طبيعة الاجتماع . حيث يمكن بمساعدة العاملين في الفندق ترتيب حفلة شاي باستخدام الخزف الصيني الفاخر . ويمكن إضافة جو احتفالي على المناسبة عن طريق تقديم البالونات والفشار والحلوى القطنية والنفاح المطلي بخلوى الكاراميل . ويطلب من الذين يقومون على الخدمة ارتداء ملابس مهرجين .

– طريقة ترتيب الخدمة :

تقدم المطابخ عادة على شكل بوفيه مفتوح ، بحيث يستطيع المشاركون تناول يريدون مما هو معروض أمامهم . فهم يقومون بأنفسهم بفتح زجاجات المطابخ ، ويصبون قهوتهم بأنفسهم ، ويضعون المطابخ مستخدمين الكؤوس المعروضة ، أي أن

العاملين في المبنى لا يتدخلون في عملية تقديم الخدمة ، إلا أن أغلب الفنادق تستقطع رسماً مقابل هذه الخدمة .

- ضبط المصروفات :

عند تحديد كمية المطبات يجب أن نتوقع أن كل من يحضر سوف يتناول كوباً من القهوة أو علبة مطبات واحدة ، وسوف يأكل شيئاً مما يقدم من المطبات ، وبعض الناس لا يتناولون المطبات ، والبعض الآخر يأكل مرتين ، ويجب ملاحظة أن درجة حرارة القاعة قد تؤدي إلى استهلاك مزيد من القهوة أو مزيد من المشروبات الباردة حسب الحالة ، ويجب على المُنظم أن يراقب مكان المطبات بين الحين والآخر للتأكد من وجود كمية كافية ، حيث إن الحاضرين قد يتضايقون إذا وجئوا أن المطبات قد نفدت ، لذا يجب إبلاغ العاملين في المبنى بسرعة تموين الموقع بالمطبات .

وتعتبر استراحة القهوة والمشروبات الباردة من أخص الأنواع تكلفة ، ولكن لا نستغرب إن وصلت تكلفة علبة المطب البارد إلى دولارين ، حيث إن إدارة المقفّر تحسب التكلفة من طريق حصر العلب التي استهلك في نهاية استراحة المطبات . ويجب ملاحظة حجم علبة المطبات التي تقدم للضيف ، حيث يمكن أن تستخدم كوسيلة للحصول على تخفيض من الجهة التي تؤمن المستلزمات ، فاستخدام العلب ذات الحجم الصغير أفضل من العلب الكبيرة التي عادة ما يتركها الشخص بعد أن يملا كاسه مرة واحدة ، فإذا لم يستخدمها شخص آخر فإن ما يتبقى في العلبة يعتبر خسارة . لذا فإن استخدام العلب الكبيرة يشجع على الهدر .

وبالنسبة للقهوة فقد يتم احتساب تكلفتها على أساس عدد الأكواب ، ولكن الغالب أن القهوة تباع بكميات مثل الجالون ، حيث تسكب داخل غلاية خاصة بحيث يستطيع المشاركون استخدامها بأنفسهم ، ويكفي الجالون عادة لعشرين كوباً ، لكن هذا العدد يختلف حسب اختلاف حجم الكوب المستخدم ، وتستطيع غلاية القهوة استيعاب ثلاثة أو أربعة جالونات قهوة ، وقد تصل تكلفة جالون القهوة في الولايات المتحدة إلى (٤٠) دولاراً تقريباً .

إن مراقبة مكان المطبات الذي يوضع في موقع عام أو قاعة قريبة من غرفة الاجتماع أمر صعب جداً : لأنه بإمكان أناس آخرين من اجتماع آخر أن يحصلوا على كوب من القهوة أو مطب بارد . حقيقة ليس بالإمكان فعل أي شيء حيال هذا الأمر ، لذا من الأفضل عدم التدخل . حيث إن سائر الاجتماعات الأخرى توفر مطباتها الخاصة بها ، مما يجعل الخسارة موزعة بين هذه الأماكن ، أما في الأماكن المحصورة فيمكن ضبط عملية الدخول إليها عن طريق الكوبونات أو بطاقات الأسماء على سبيل المثال .

وبالنسبة للاجتماعات التي لا يخصص لها ميزانية فيطلب من المشاركين دفع رسم بسيط مقابل القهوة أو المطبات التي يستهلكونها ، إذا كان هذا هو الحال فيجب زيادة مدة الاستراحة لكي يمكن إجراء تحصيل الرسوم بطريقة صحيحة ، وإذا توقرت الثقة فإنه يمكن وضع وعاء صغير يخصص لجمع النقود وبجانبه لوحة صغيرة لتنبيه المشاركين إلى ضرورة الدفع ، وبوضع ذلك فوق متزدة الخدمة .

وأحياناً قد ترغب إهدي المنظمات الخارجية في تحتل مسئولية تقديم المطبات مقابل السماح لها بالدعاية عن طريق اللوحات الإعلانية ، ونوزيع بعض المنشورات على الحضور .

إن الاستراحة ضرورية لأنها بمنزلة راحة جسمانية ونفسية من الاجتماع ، كما أن الاستراحة هي الفرصة الوحيدة أمام المشاركين للتعارف والتحدث معاً .

الوجبات الكاملة :

ليس منا من لا يفتكر وجبة معينة لا تزال عالقة في الذهن . ومع أن الطعام في حد ذاته قد لا يكون من الدرجة الأولى ، إلا أن الجو المميز للجلسة يجعلها مختلفة عن غيرها ، لذا يجب على من يقوم بتنظيم الوجبات أن يضمن الجو المناسب الذي يحوز على رضا المدعوين .

– الموقع :

يتم في العادة تقديم أغلب الوجبات التي تقدم للمشاركين في الاجتماع في نفس المبنى الذي يعقد فيه الاجتماع ، لهذا السبب فإنه من الضروري تنسيق الطعام الذي

يقدم داخل المبنى قبل اختياره للاجتماع .

ويجب تقديم الوجبات في موقع غير القاعة التي يعقد بها الاجتماع ، فلو وجد مثلاً امتداد خارجي للمبنى أو جزء من السطح (شرفة) فسوف يكون مكاناً مناسباً لتقديم وجبة . أما الوجبات التي تقدم لجموعة كبيرة من الناس فهي عادة تقدم داخل قاعة كبيرة مخصصة لهذا الغرض .

وأحياناً قد تقدم وجبة داخل قاعة العرض أو قاعة المؤتمرات ، وفي هذه الحالة يتم التعاقد مع مطعم لتجهيز وتقديم الوجبة . أما في الحالات العادية فإن تنظيم هذه الوجبة هو نفس الترتيب والتنظيم كما لو كانت تقدم داخل مبنى الفندق . أما إذا لم يكن تقديم الوجبات جزءاً من برنامج المؤتمر فقد يتم تجهيز موقع لتقديم الشرائح والقطائر في المخل أو البهو الخاص بالموقع .

قد يكون تناول وجبة خارج الجو الخاص بالاجتماع أمر محبذ لدى المشاركين ، ولكن عملية التخطيط لوجبات تقدم خارج نطاق الاجتماع أمر صعب ، ويزيده تعقيداً تنظيم المواصلات بالنسبة للمشاركين (انظر القسم الثاني الخاص بتناول الوجبات خارج مقر الاجتماع) .

- التوقيت :

في أمريكا الشمالية يتم تناول الفطور ما بين الساعة السابعة والتاسعة صباحاً ، والغداء ما بين الحادية عشرة والنصف والواحدة ظهراً ، والعشاء ما بين الساعة الثامنة مساءً ، ولكن في أمريكا اللاتينية وجنوب أوروبا لا يتم تقديم الوجبة المسائية قبل التاسعة مساءً .

ويجب تحديد وقت تناول الوجبات عند التخطيط لبرنامج الاجتماع ، كما أن عدد الذين يقدمون الوجبات يؤثر في طول الوقت الذي يستغرق تقديم الوجبة ، وعادة فإنه بالإمكان خدمة خمسين مشاركاً خلال ساعة واحدة ، لكن إذا كان عدد المشاركين أكبر من هذا الرقم فيجب تخصيص ساعة ونصف لتقديم الوجبة . وإذا خطط لفطور صباحي فيجب أن يناسب وقته الذين يستيقظون باكراً والذين ينامون إلى قرب موعد

الاجتماع ، وإذا تخلل الوجبة تقديم جوائز أو عروض أو أي مناسبة لها علاقة بالاجتماع فيجب تخصيص وقت مناسب لذلك .

- قائمة الطعام :

إحدى السيدات التي تعمل في سكن جامعي ، وكان من واجباتها اختبار الطعام للطلاب ، دأبت على اختيار الوجبات حسب اللون ، فإذا اختارت اللون الأبيض كانت تختار النجاش والبطاطا والرز والقرنبيط ، وإذا اختارت اللون الأحمر كانت تختار اللحم الأحمر والشمندر والتفاح .

مثل هذه المرأة تحتاج إلى مساعدة ، فلا يكفي أن تكون الوجبة صحية فقط ، بل يجب أن تكون لذيذة وممتعة للنظر كذلك .

لذا فإن منظمي الاجتماع يجتمعون مع العاملين في قسم تقديم الوجبات والطهاة : لتصميم قائمة الطعام وخدمات الأكل . كما أن أغلب المؤسسات التي تمتلك مبانى خاصة بالاجتماعات تتقدم عادة بمقترحات خاصة بالأكل ، وتستطيع توفير وجبات قد لا تكون من ضمن الوجبات التي يقدمونها .

وسوف تتم مناقشة موضوع التخطيط للوجبة بشكل أكثر تفصيلاً .

- خدمات التجهيز :

يعتمد الوقت المطلوب لتجهيز المائدة على عدد المدعوين ، إذ يتراوح الوقت المطلوب من ثلاثين دقيقة لوجبة تكفي ثلاثين شخصاً إلى ساعتين أو ثلاث لوجبة تكفي ثلاثمائة شخص . وإذا كانت الوجبة سوف تقدم في نفس القاعة التي يعقد بها الاجتماع ، فيجب مراعاة تجهيز الأطباق والملاعق وخلافها قبل بدء الاجتماع ، حيث يصعب التجهيز أثناء عقد الاجتماع .

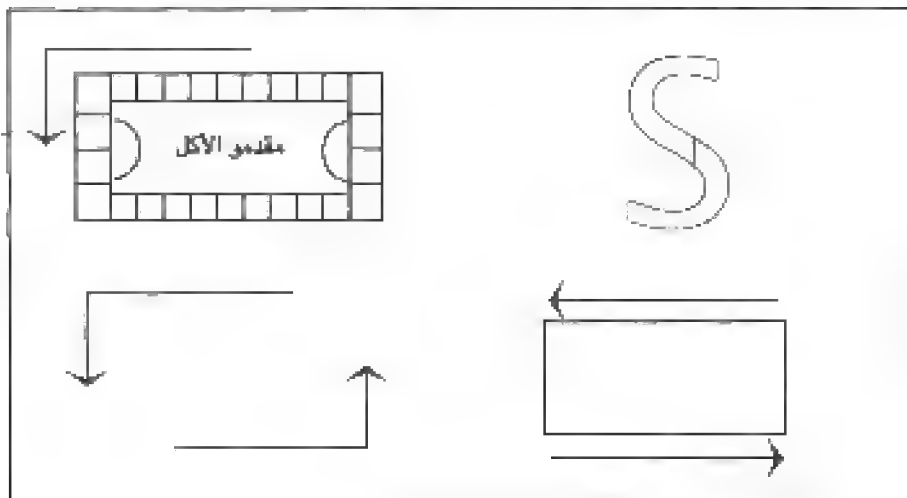
وهناك طريقتان لتقديم الطعام : هما «طريقة الجلوس» ، وطريقة «أخدم نفسك بنفسك» ، ففي طريقة الجلوس يجلب الطعام إلى الشخص الجالس على المنضدة ، أما طريقة «أخدم نفسك بنفسك» فإن الحضور يقومون فيها بخدمة أنفسهم من مكان

متوسط أمام الجميع ، وأحياناً يتم توزيع الطعام بطريقة أخدم نفسك بنفسك بحيث توضع السلطة في مكان ، والوجبة الرئيسية في مكان ، والحلوى في مكان آخر .

ويبين الشكل رقم (١١-١) أمثلة لطريقة تنظيم الوجبات التي نشبع طريقة أخدم نفسك - وإذا زاد عدد الضيوف عن خمسة وسبعين شخصاً فيجب تخصيص مكان مستقل لهم .

ويمكن استخدام طريقة نصف الدائرة لكن يمكن جعل الزوايا مستديرة الشكل - أو يمكن تقديم الطعام على مناضد ترتب ملتوية على شكل أفقي ، وذلك لإضفاء شكل مميز على الجلسة .

الشكل (١١-١) : طرق تنظيم طاولات الوجبات المفتوحة (وجبات البوفيه)



وعند استخدام الوجبات بطريقة «أخدم نفسك بنفسك» قد تُهين منافذ الجلوس المشاركين في الوجبة ، وقد لا تستخدم منافذ لهذا الغرض . لكن إذا ما استخدمت المنافذ يجب الاتة اق مع أصحاب المبنى على الأشياء التي توضع على المنافذ لاستخدام المشاركين ، ولكي تسيّر الأمور على ما يرام في طريقة «أخدم نفسك بنفسك» يفضل وضع المشروبات والخبز والزبدة ومعبون الطماطم على المنضدة بحيث تكون في متناول كل مشارك .

ويجب ترك مساحة متر مربع تقريباً لكل مشارك سواء في الوجبات التي تستخدم طريقة الجلوس ، أو طريقة «أخدم نفسك بنفسك» التي يستخدم فيها منافذ الجلوس . وأغلب أنواع المنافذ التي تستخدم لمثل هذه الأغراض هي المنضدة الدائرية بحيث يمكن لتسعة أو عشرة أشخاص الجلوس على منضدة واحدة حسب حجمها . مع العلم أنه إذا جلس كل هذا العدد فسوف تكون طريقة الجلوس مزعجة نسبياً . لذا من الأفضل ترك مسافات بحيث يستطيع المشاركون ومن يقوم على خدمتهم أن يتحركوا بحرية . وإذا استخدمت المنافذ المستطيلة فإنه سوف يكون بالإمكان توصيل أجزائها إذا دعت الحاجة إلى ذلك .

ولكي يكتمل تجهيز صالة الطعام يجب تخصيص منضدة رئيسية ومنافذ لتقديم الطعام ومكان للفرقة الموسيقية إن وجدت . وسوف يتم التحدث عن طريقة تقديم الطعام بشكل مفصل لاحقاً .

- ضبط المصروفات :

قد لا تكلف شريحة اللحم والبطاطا المحمرة مع خضار وحلوى أكثر من عشرة دولارات في الولايات المتحدة إذا ما أعدت في المنزل . ولكن قد تكلف نفس الوجبة خمسين دولاراً إذا قدمت أثناء مأدبة خلال اجتماع . لذا فإن تكلفة الوجبات تمثل نسبة عالية من الميزانية المخصصة للاجتماع ، إلا إذا لم يشتمل الاجتماع على وجبة بحيث يتولى كل مشارك الأكل في المكان الذي يريد وعلى نفقته .

وبالنسبة لبعض المأكولات التي تطلب خصيصاً فسوف تكون أكثر تكلفة ، لذا يجب مراعاة أن تكون الأطعمة التي يتم اختيارها متوفرة وفي موسمها وذلك لتخفيض

المصاريف ، وبالإضافة إلى تكلفة الطعام والمشروبات ، هناك أيضاً الضرائب ورسوم الخدمة . والضرائب تختلف حسب الأولوية بالنسبة لأمريكا ، أما رسوم الخدمة فهي تتراوح ما بين (١٥) إلى (١٨) بالمائة . وتحسب تكلفة الطعام عادة على أساس تكلفة الفرد الواحد ، ويطلق على الوجبة مصطلح «غذاء» . لذلك تحسب التكلفة بعدد الأغذية التي تقدم ، ويجب أن يضمن المنظم عدداً محدداً من الأشخاص ، بحيث تستطيع إدارة المبنى معرفة عدد الأشخاص المتوقعين لكل وجبة . وعادةً تطلب إدارة المبنى هذه المعلومات قبل يوم أو يومين من بدء المناسبة ، فإذا اتفق على (٤٠) شخصاً مثلاً ولم يحضر إلا خمسة وثلاثون فإن بعض المتعهدين يحسبون كامل القيمة ، لذا إذا كانت التكلفة للشخص (١٠) دولارات فإن ذلك يعنى أننا خسرنا (٥٠) دولاراً . من أجل ذلك يجب الحرص والتأكد من عدد الذين سيحضررون بالضبط ، ويسمح بعض المتعهدين بنسبة (٥٪) أكثر أو أقل من العدد المحدد ، أى إذا زاد العدد عن (٤٠) وجبة فإن المتعهد يجهز (٤٢) وجبة (٥٪ زيادة) . ويصعب تكاليفه على أساس (٤٢) وجبة . لكن إذا حضر (٣٥) مدعواً فإن المتعهد يحسب فقط (٣٨) وجبة ، أى بنقص (٥٪) من (٤٠) وهو الرقم المحدد أصلاً .

وتعد أحياناً قوائم يوقع عليها المشاركون في الوجبات ، ويستطيع المنظم أن يحصى عدد الحضور ، ويبلغ مدير خدمات الاجتماع بعدد الذين يشاركون في الوجبة ، وأحياناً تصدر بطاقات للوجبات بحيث يخصص لون مختلف لكل وجبة ، وفي هذه الحالة يقوم المنظم بعد البطاقات التي تسلم عند الدخول ثم يبلغ مدير خدمات الاجتماع بعدد الحاضرين أو يبلغ المتعهد لإتمام عملية الحساب .

وكما هو الحال بالنسبة لاستراحات المرطبات ، فقد تتعهد منظمة أو مؤسسة بتحمل تكاليف الوجبة ، أو المشروبات أو الحلوى مقابل السماح لهم بالدعاية ، وفي هذه الحالة يتعين على منظم الاجتماع أن يتسق هذه العملية بين المؤسسة التي تتحمل التكاليف ، ومدير خدمات الاجتماع أو متعهد التسيير .

أنماط الخدمة :

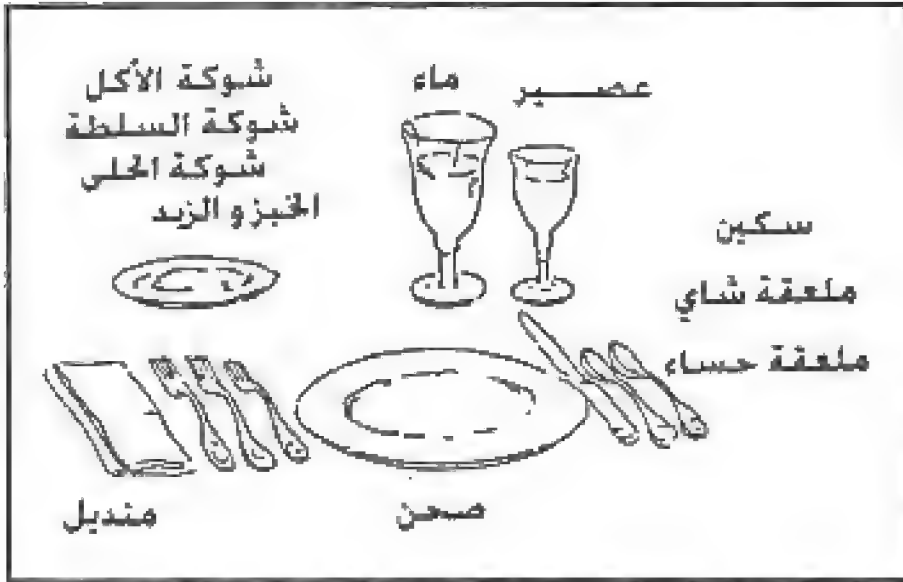
بالنسبة للوجبات التي تقدم لشاركين جالسين على مناضد ، هناك أربع طرق رئيسية لتقديم الوجبات هي :

- الطريقة الأمريكية : تجهيز الأطباق في المطبخ ثم توضع أمام كل مدعو .
- الطريقة الإنجليزية : تؤخذ الوجبة إلى المنضدة وتعطى للمدعو الذي يقوم بأخذ جزء ثم يوصله إلى مدعو آخر ، ثم ينتقل من مدعو لآخر وهكذا .
- الطريقة الروسية : يحضر الطاهي الأطباق ويقوم بخدمة كل مدعو .
- الطريقة الفرنسية : يجهز الطاهي الضعام على المنضدة ثم يوزع على المدعوين ، ومن الأمتعة على ذلك السلطة ، فهي تجهز أمام المدعوين ثم توزع عليهم .
- وبالنسبة للمطاعم اليابانية فهي تقوم بتجهيز العديد من الأطباق على المنضدة .

ولكل من طرق الخدمة الأربع السابقة محاسن ومساوئ ، فخدمة المدعو بالكامل (كما يحدث داخل المنزل) تتطلب عدداً كبيراً من العاملين ، ومن الصعب تصور كمية الطعام التي تتطلبها الخدمة الذاتية ، أما طريقة التقديم التي يخدم فيها المدعو وهو جالس على طاولته فتحتاج إلى وقت طويل ، وبالنسبة لطريقة الخدمة حسب النظام الأمريكي ، فقد يحدث أن يبرد الأكل إذا لم يقدم في وقت محدد .

ويجب على المخطط أن يستعين ببعض المراجع لكي يستطيع تحديد طريقة الخدمة التي سوف يختارها . إن عدد الإطباق التي يتقرر تقديمها يحدد العدد المطلوب من الأنواع اللازمة للخدمة ، ويحدد درجة رسمية الوجبة طريقة التقديم ، كما أن المشروبات التي يتم تقديمها تحدد نوعية الأكواب التي تستخدم ، ويوضح الشكل رقم (١١-٢) نموذجاً لترتيب طاولة الطعام .

الشكل (٢-١١) : مثال على طريقة ترتيب الطاولة



التخطيط لقائمة الطعام :

يتعين على المنظم عند اختيار قائمة الطعام أن يضع نصب عينيه المعايير التالية :

أولاً : لم يعد الناس فقط يهتمون بالتغذية السليمة هذه الأيام ، وإنما تعبوا ذلك إلى اهتمامهم بالسعرات الحرارية . ومصادر هذه السعرات . لقد ولت أيام اللحم والبطاطا إلى غير رجعة . حيث تستدعي التغذية السليمة وجبات متوازنة ، بها بروتينات وبقول وخضراوات متنوعة .

ثانياً : يجب أن تكون الوجبة متكاملة . فمثلاً لا ينبغي تقديم طماطم وبرتقال خلال نفس الوجبة .

ثالثاً : يجب أن يكون شكل الوجبة متناسقاً ومتنوعاً . فلا ينبغي وضع بطاطا مهروسة ، وقمح مهروس في نفس الطبق وذلك لتشابههما .

رابعاً : يجب مراعاة تناسق الألوان ، إذ إن اليازلاء والفاصوليا لن تكون جذابة إذا ما قدمت في نفس الصحن .

وأخيراً ، يجب أن تشمل الوجبة على أنواع من الأطعمة والمذاقات ، فلا ينبغي تقديم وجبة تحتوي على سلطة الفطر إذا كانت الوجبة الرئيسية معدة بصلصة الفطر ، كما أن تقديم وجبة يغلب عليها ضعام من نوع واحد قد تكون مملة .

يعتقد بعض الناس أن الغذاء يؤثر على المزاج ، ودرجة الحيوية ، ودرجة النشاط الذهني . فمثلاً ، يشعر بعض الناس بتوع من الدوران عند تناولهم لوجبة ثقيلة . لذا يجب أن تحتوي وجبات الغذاء نوعيات أخف من وجبات العشاء ، ويوضع الشكل (١١-٣) نموذجاً لوجبة طعام خاصة .

ويجب على منظم الاجتماع مراعاة أن بعض الاضغمة تسبب حساسية لبعض الناس مثل بعض أنواع الأسماك ، وبعض الأديان تحرم أكل لحم الخنزير ، كما أن هناك عدداً متزايداً من الناس لا ياكلون إلا النباتات . وعلى منظم الاجتماع أن يحاول معرفة ما إذا كانت هناك حاجات غذائية خاصة لبعض المشاركين ، ثم يتم بعد ذلك الانصال بمدير خدمة المؤتمر لكي يقوم بتأمين الاحتياجات .

كما أن التخطيط لقائمة الطعام فتطلب اختيار أنواع المطبات ، فمثلاً يقدم الشاي البارد دافئاً خلال فترة الصيف .

وتمنع أغلب إدارات المقار المخصصة لعقد الاجتماعات الجهة المنظمة للاجتماع من تأمين ما تحتاجه من مشروبات : لأن هذه العملية تدر ربحاً على إدارة المقر نفسها لذا يجب الاتفاق مسبقاً على هذا الموضوع .

الوجبات الخارجية :

قد تضطر الوجبات خارج مقر المؤتمر نوعاً من الشاعرية والمخ وتغيير الجو .

المشاكل (١١ - ٢) : مثال على قائمة طعام وجبة غداء

قائمة الغداء

ج - ١
١٧ دولاراً

عصير فواكه مشكلة بنكهة النعناع
 قطع من الجبن
 خسر رومي مشكل
 مع صلصة الخل
 لحم مشوي من خاصرة البقر
 فاصوليا البحيرو الزرقاء
 بطاطا مرسية
 كريمة المارينيه
 بيتي فور

غ - ٢
٢٠ دولاراً

سالون مدخن بصلصة الخل
 سلطة سباغ وحش مع صلصة
 الجبن الترويجي الأزرق
 عصير فاكهة طازج
 ضلوع بقر مع صلصة المشروم
 هليون
 رز لويزيانا البري
 كريمة التوت
 كعكة الشيكولاته الهولندية

تشمل الوجبات اختيارك من المشروبات ، والقهوة ، والشاي (حار ومثلج) ، والخبز والزبدة .
 جميع الأسعار عليها قسرية مبيعات ٧٥ ورسوم خدمة ١٨٪ .

وتعتمد هذه الطريقة على قيام منظم المؤتمر بحجز عدد كبير من الطاولات في عدد من المطاعم لتناول وجبة تحدد مسبقاً ، ويجب أن تكون هذه المطاعم قادرة على استيعاب عدد من الطاولات التي نخصص للمشاركين في الاجتماع ، ويفضل أن تكون المطاعم متقاربة من ناحية المستوى وجودة الطعام والتكلفة ، ويفضل أن تكون غير بعيدة لتسهيل مهمة المواصلات .

ويسمى منظم الاجتماع أن يقرر عدد الطاولات التي يتعين حجزها من واقع عدد المسجلين لحضور المؤتمر ، كما يجب إبلاغ إدارة المطعم أن هذه الأرقام قابلة للتغير ، لكن يجب أن يتم الاتفاق على وقت معين لتحديد الأعداد بشكل دقيق [عادة يكون هذا الوقت قبل (٢٤) ساعة على الأقل] ، ويستحيل تنظيم وجبة خارجية في أول أمسية من أمسيات الاجتماع إلا إذا كان عدد الحضور معروفاً مسبقاً وتم عمل حجز سابق بواسطة منظم الاجتماع .

ويُعطى المسجلون عادة نبذة عن المطاعم مع قائمة للطعام لكل المطاعم التي يمكن زيارتها، هذا إذا لم تكن هذه المعلومات قد أرسلت مسبقاً في مرحلة التسجيل المبكر . ثم توضع قوائم تسجيل يستخدمها الحضور لتسجيل أسمائهم في المطعم الذي يفضلونه ، ويمكن استخدام هذه القوائم لإجراء الحجوزات اللازمة في المطاعم ، وإذا حدث أن سجل عدد قليل من الراغبين في مطعم معين فإنه قد يكون من الأنسب إقناعهم بمكان آخر .

ومن المستحيل التنبؤ مسبقاً برغبات الحضور بالنسبة لتفضيلهم وجبة معينة ، حيث إن الناس يميلون عادة إلى تقليد الآخرين ، فإذا حدث أن اختارت مجموعتان من الناس نفس المطعم ، فمن الأفضل إيقاف التسجيل في القوائم الخاصة بنفس المطعم ؛ لأنه سيكون من المتعذر إيجاد مكان ، فمجب على المنظم أن يراقب المسجلين في أي مناسبة ؛ وذلك لتجنب حدوث ازدحام ، وإذا لاحظ زيادة عدد المسجلين الراغبين في مطعم معين ، فإنه بالإمكان الاتصال بهذا المطعم لإبلاغهم بزيادة عدد المتوقع حضورهم .

ويصل المشاركون إلى المطاعم التي حددها بوسائل متعددة ، فبعضهم من يسير على قدميه ، ومنهم من يستقل سيارة خاصة أو أجرة للوصول للمطعم . وقد يؤمن منظم

المؤتمر وسائل نقل جماعية من مقر المؤتمر إلى المطاعم حسب مواقعها إذا كان ذلك ضرورياً (انظر الفصل الثانى عشر حيث يناقش المواصلات الخاصة بالاجتماع) .

إن توقيت العشاء الجماعى الخارجى يجب أن يراعى فيه ما إذا كانت هناك مناسبات أخرى تلى وجبة العشاء حيث يجب أن يراعى ذلك فى الجدول ؛ لأن طريقة الخدمة فى مطعم ما تختلف عنها فى المطاعم الأخرى ، مما يجعل وقت إنهاء العشاء مختلفاً أيضاً .

يدفع المشاركون فى الوجبة الخارجية فى العادة قاشورة المطعم ، إذ إن دور المنظم هو فقط عمل الحجوزات . وعادة ما يطلب المشاركون الطعام من خلال قائمة الطعام الخاصة بالمطعم . وقد يستطيع المنظم الحصول على سعر محدد للوجبة مع ما فى ذلك مشقة كبيرة . وفى هذه الحالة يكون سعر الوجبة ضمن رسم المشاركة فى المؤتمر . عندها يمنح المشاركون قسيمة يقدمها للمطعم بعد الوجبة . ويتم محاسبة المطعم بعدد القسائم التى يقدمها للمنظم المؤتمر .

إذا ما تم تحديد سعر الوجبة الواحدة مسبقاً فإن كل مطعم يبلغ المنظم بتوعية الوجبة التى سيقدمها بهذا السعر ، ويطلق فى القرب على هذا النوع من الخدمة اسم «طاولة المنزل» وعادة يتم تقديم نوعين أو ثلاثة أنواع من الأطعمة . فمثلاً تقدم لحم ، أو سمك ، أو دجاج مع بعض المقبلات والحلوى والسلطة . وعندما يتكون المشاركون أسماءهم داخل قائمة مطعم ما ، فإنهم أيضاً قد يحددون الوجبة التى يرغبون فى تناولها . وعندئذ يستطيع منظم المؤتمر إبلاغ هذه المعلومات لأصحاب المطاعم .

قد يكون تنظيم الوجبة الجماعية الخارجية بشكل اختيارى بحيث يطلب ممن يرغب المشاركة دفع قيمة الوجبة فى يوم التسجيل للمؤتمر . ويدفع المشاركون قيمة الوجبة حسب سعر المطعم ومن ثم يمنح قسيمة يقدمها للمطعم عند وصوله إلى هناك . وإذا تم هذا الترتيب فإن منظم المؤتمر يكون مسئولاً عن تسوية الحسابات مع المطعم لاحقاً .

وقد ينظم ، بدلاً من الوجبة ، أمسية ترفيهية للجميع ، بحيث يختار المشاركون إما الذهاب إلى مطعم وإما إلى النوادى الترفيهية ، ويتم حجز مقاعد لهم مسبقاً ، وعادة تؤمن وسيلة مواصلات لنقل الناس إلى مكان متوسط بين هذه الأماكن .

وفي هذه الحالة يدفع المشاركون قيمة ما يستهلكون من هذه الأماكن ، أو قد يُمنح المشارك قسيمة تسمح له بكأس عصير واحد محدد السعر مسبقاً .

إن التنظيم لوجبة جماعية خارجية يستغرق وقتاً وجهداً كبيرين ، لكن عادة ما تكون النتيجة إيجابية بالنسبة للمشاركين من أعضاء المؤتمر .

الوجبات المعدة داخل صندوق :

يمكن في بعض الأحيان إعداد وجبات مسبقاً ووضعها داخل صندوق صغير كحل مناسب لوضع يصعب معه ترتيب وجبة كاملة داخل مقر المؤتمر . وبشبه صندوق الوجبة هذا صندوق الغداء العادى ، وإذا تم تحضير الوجبة داخل الصندوق بطريقة جذابة بحيث يتم تناولها في مكان جذاب فإنها تصبح بمثابة الوجبة الكاملة التى تقدم داخل المطعم .

- الموقع :

يوزع على المشاركين صناديق بداخلها وجبة الغداء ليأكلوها أينما شاءوا ، أو يُوزع صناديق الطعام الصغيرة في موقع محدد مثلاً بجوار المصباح أو فناء لعية الجولف .. الخ .

ومن الأمثلة على التوقيت المناسب لتقديم صندوق طعام صغير هو عندما يعقد اجتماع داخل الجامعة حيث تمتلئ المطاعم وقت الغداء . لذا قد يُعطى المشاركون في المحاضرة صناديق الغداء ويطلب منهم أن يأكلوها في أرجاء الجامعة بعيداً عن المطعم بسبب الزحام ، ويتناسب صناديق الطعام الصغيرة عندما يكون الجو الخارجى جذاب بحيث يرغب المشاركون في الاستمتاع به وهم يأكلون . وكذلك عندما ينضم المشاركون في المؤتمر إلى رحلة سياحية داخل المدينة . فمن الأفضل تقديم صندوق وجبة لهم يأكلونها في الطريق .

- التوقيت :

يعتبر التوقيت من العوامل التى تجعل من استخدام الوجبة المعدة داخل صندوق صغير أمراً ضرورياً خصوصاً عندما يكون جدول المؤتمر مضغوطاً ، إن تناول الوجبة داخل سيارة النقل أو في حالة استعجال غير محبذ ، ولكن قد يكون ضرورياً بسبب الجدول ، أما تناول الوجبة المعدة مسبقاً داخل صندوق صغير فهو ممتع للغاية .

- المحتويات :

تضطلع عادة إدارة المبنى الذي سيعقد فيه المؤتمر بمهمة تجهيز وجبة الصندوق الصغير ، وقد تتقدم باقتراحات بشأن أنواع الطعام الذي يقدم ، أو قد يعهد بالموضوع لتعهد خارجي ، وتتكون وجبة الصندوق الاعتيادية من : شطيرة ، ورقائق بطاطا ، وفاكهة وحلوى ، وقد تقدم أشياء أخرى مثل الدجاج ، والفطائر والسلطات .. إلخ . المهم هو تقديم وجبة متكاملة يمكن التهامها بسهولة ويسر .

- طريقة تقديم وجبة الصندوق :

يمكن تقديم وجبة الصندوق الصغير في أي مكان تقريباً . فمثلاً يمكن توزيعها على المشاركين عند خروجهم من اجتماع ، أو أثناء ركوبهم الحافلة ، أو يمكن توزيعها حال وصولهم إلى وجهتهم مثل منتزه أو حديقة . ويجب على المنظم أن يتأكد من وجود حاويات للنفايات تكفي لاستيعاب ما يلقي فيها . وأن يتأكد كذلك من وجود تعليمات بشأن تناول الطعام في ذلك المكان .

ويمكن تقديم الوجبة الجاهزة بطرق مختلفة . فيمكن وضعها داخل كيس ورقي ، أو داخل صندوق صغير أبيض اللون ، أو داخل سلة صغيرة ، أو داخل شئطة صغيرة لكي يستخدمها المشارك لأغراض أخرى مستقبلاً ، وعلى كل حال يجب أن يكون الوعاء المستخدم قادراً على حماية محتوياته الداخلية ، وأيضاً يجب أن يكون من النوع الذي يسهل التخلص منه بسهولة ويسر أو حتى الاحتفاظ بمحتوياته لبعض الوقت .

- التكلفة :

تعتمد تكلفة الوجبة المعدة داخل صندوق على نوعية الصندوق المستخدم ونوعية الطعام ، وقد تتضمن التكلفة قيمة التسجيل في المؤتمر أو قد تكون اختيارية . فإذا كانت التكلفة تدفع بشكل منفرد فإنه يمكن تحصيلها أثناء عملية التسجيل في بداية المؤتمر ، ثم يعطى من يدفع قسيمة يقدمها لمن يقوم بتوزيع الصناديق ، ويجب أن يبلغ المنعقد بعدد الذين يرغبون في الحصول على الوجبة المحفوظة داخل الصندوق .

وبالنسبة لرسم الخدمة مثل هذا النوع من الوجبات فإنه يماثل الوجبات الأخرى .

حفلة الاستقبال :

يقصد بحفلة الاستقبال حفلة العشاء التي تقدم في بداية المؤتمر ، وهي قد تكون بسيطة حيث يقدم فقط العصائر وقهوة وشاي ، أو تكون مناسبة ضخمة يقدم فيها وجبة كبيرة . ومن مزايا حفلات الاستقبال أنه يمكن تصميمها لإبراز أهمية حدث ما .

- الموقع :

يمكن إقامة حفل الاستقبال إما في قاعة كبيرة ، وإما في عربة فناء قديم ، وإما في قارب . ويتم اختيار الموقع ليناسب الحدث ، ويكون حفل الاستقبال أكثر اجتماعاً إذا أقيم بعيداً عن مقر المؤتمر ، حيث إن الموقع الخارجي يضيف نوعاً من الحيوية والنشاط .

إن عدد الذين يتوقع حضورهم حفل الاستقبال يساعد على تحديد حجم المكان المطلوب ، وعادة فإن المساحة التي يحتاجها الشخص الواحد في الحفلة التي تقدم فيها المرطبات للناس وهم وقوف تقدر بـ متر ونصف المتر المربع .

- توقيت حفل الاستقبال :

تقام حفلات الاستقبال عادة بين الساعة الخامسة والسابعة والنصف مساءً ، ويجب مراعاة جدولتها بعد آخر جلسة من الاجتماع ، ويجب إنهاؤها قبل وقت العشاء . وينظم عادة للاجتماعات الكبيرة حفل استقبال يعقد في الليلة التي تسبق الجلسة الافتتاحية للاجتماع . وقد ينضم استقبال قبل بدء حفل العشاء الرسمي ، ويستحسن تقديم كافة أنواع العصيرات والمشروبات الساخنة بحيث يجد كل شخص ما يناسبه . ويجب تنسيق موعد عقد حفلة الاستقبال مع مدير خدمات المؤتمر : لكي يتم التنسيق مع العاملين في المبنى في كل ما يختص بتنظيم حفل الاستقبال ، خصوصاً فيما يتعلق بمن سيتولون تقديم الخدمات ، حيث يجب ترتيب مكافآت مناسبة لهم .

- قائمة الطعام :

تقدم في العادة بعض المقبلات الخفيفة والمشروبات المتنوعة في مثل هذه اللقاءات ، ويجب الاستعانة بالعاملين في المبنى للتحرف على ما لديهم من مقترحات خاصة بما يمكن تقديمه ، وكميات الأكل التي ينبغي تقديمها ، ويوضح الشكلان (١١ - ٤ ، ١١ - ٥) مثالين لقائمتي طعام لهذه المناسبات .

قائمة تنظيم خدمات المأكولات والمرطبات :

- التنظيم :

١ - الموقع □

٢ - الوقت □

٣ - نوعية الاكل بما في ذلك المرطبات □

- الطلبات الخاصة :

٤ - العدد المتوقع □

٥ - التكلفة : □

..... للشخص

..... للخدمة

..... لآكل حفل الاستقبال

٦ - طريقة التقديم □

٧ - طريقة تنظيم الطاولات : □

..... حجم الطاولات

..... اليوفيه

..... الضالوة الرئيسية

..... الأجهزة السمبصرية

..... الإضاءة

..... ألوان القماش

٨ - نوعية التقديم □

الشكل (١١ - ٥) : مثال على قائمة طعام حفل ختامي (للشخص الواحد)

<p>ج - ١</p> <p>خضار طازج متنوعة مع أضياف اكل متنوعة طاولة تضم سبعة انواع من الخبز تقدم مع شرايح خبز فرنسي رقيقة . محار وسماك صيدفي تقدم في اتماف محارات «شروم عذشي يلحم «برطان البحر ١٨,٥٠ دولاراً للشخص الواحد</p>	<p>ج - ٢</p> <p>لحم مشوي من خاصرة البقر مقطع حسب الطلب بواسطة ضيافنا تقدم مع الجاودار وزغبة الشخص من صلصة الفجل الحار أو صلصة المسترد لحم قديد. ملح مقطع حسب الرغبة من قبل ضيافنا تقدم مع خبز السكوية الجنوبي والصلصة . تشكيلة من الفواكه مقدمة مع مسرد عسلي أو جبن مطبوخ فرنسي أزرق ٢٢,٥٠ دولاراً للشخص الواحد</p>
<p>جميع الاسعار مضاف إليها ٥٪ ضريبة مبيعات و ١٨٪ رسم خدمة .</p>	

قائمة مبصريات خاصة بـ : _____

اسم الجلسة	الموقع	الوقت
رئيس الجلسة		
تم تحديد مصادر الكهرباء		
تم تحديد طريقة تقييم النافذة والأبواب		
تم تثبيت الأسلاك الظاهرة بالأرض		
أجهزة تكبير الصوت	العدد _____	النوع _____
طريقة توزيعها _____	الساعات والمكبرات	_____
تم اختيار أجهزة تكبير الصوت		
جهاز عرض الأفلام	الشاشة	
التوزيع	ستائر القماش	
إنارة إضافية	مُجهزات الاختبار	
جهاز عرض شرائح صغيرة	الشاشة	
التوزيع	الستائر القماشية	
إنارة إضافية	أجهزة اختبار	
التحكم من بعد -	عدد الحاويات	
جهاز عرض الشرائح الشفافة	الشاشة	
التوزيع	ستائر قماشية	
إنارة إضافية	أجهزة اختبار	
شرائح شفافة/ أقلام ملونة		
جهاز فيديو	مكانها _____	

أجهزة العرض	مكائنها _____
أشرطة التسجيل	أجهزة اختبار
دائرة تلفزيونية مغلقة	مكائنها _____
أجهزة عرض	مكائنها _____
أجهزة حاسب إلى	مكائنها _____
تجهيزات اختبار	الأقراص المطلوبة
	أجهزة الاختبار
أجهزة تسجيل أو مشغل أقراص مغلقة	
تم الحصول على الأقراص	
أجهزة موسيقى	مكائنها _____
أجهزة اختبار	
صفائح ملابسة	أوراق - أقلام ملونة

- طريقة التقديم :

عادة يتناول الحضور مشروباتهم بأنفسهم إذا كان حفل الاستقبال صغيراً نسبياً أو غير رسمي ، أما إذا كان حفل الاستقبال رسمياً وكبيراً فقد يستعان بأناس مهمتهم تقديم العصيرات .

- تكاليف حفلات الاستقبال :

قد تتحمل المنظمة نفقات إقامة حفل الاستقبال وحدها ، خصوصاً أثناء الاجتماعات الهامة لكي تكون بمنزلة دعاية لها ، وقد يتحمل تكاليف حفل الاستقبال أحد ملاك المبنى لأغراض الدعاية . وتقوم بعض المستشفيات بعمل حفل استقبال عندما ترغب في الحصول على التبرعات .

فإذا أن تتحمل المنظمة التكاليف ، وإما أن يدفع كل مشارك قيمة ما يستهلكه من أكل وشرب .

- في الختام :

١ - توزيع مهام موظفي الاجتماع .

٢ - طريقة ضبط الدخول .

- الكيفية :

٣ - هل تم التفاهم مع مدير خدمات المؤتمر ؟ هل تم تحديد الرقم ؟

٤ - هل تم التفاهم مع كبير الطهاة بخصوص طريقة الخدمة ؟

٥ - هل تم تركيب الديكور ؟

٦ - هل تم التأكد من طريقة ترتيب قاعة الاجتماعات ؟

٧ - هل وضعت الطاولات بطريقة جيدة ؟

٨ - هل وضعت الزهور والشموع ؟

٩ - هل وزعت المطبوعات ؟

١٠ - هل تم فحص الإضاءة والأجهزة السمعية ؟

١١ - هل تم ترتيب مواعيد المتحدثين ؟

١٢ - هل تم تجهيز العصيرات ؟

١٣ - هل تم ترتيب نوعية الطعام ؟

- على الطريقة التي تناسبك :

في بعض الاجتماعات يطلب من المشاركين أن يرتبوا وجباتهم بطريقتهم الخاصة ، فمثلاً لو نفذت حلقة مدتها أربع ساعات عن نظام المشتريات ، فيتم منح المشاركين فترة استراحة لمدة (١٥) دقيقة ليتناولوا فيها القهوة والمأكولات الخفيفة ، كما لا يمكن أن نتوقع أنه في حالة عقد اجتماع عام لمدة خمسة أيام لابد من تقديم (١٥) وجبة للمشاركين ، إذ لابد أن يتناول المشاركون وجبات خاصة بهم بطريقتهم الخاصة ويستثنى من ذلك حفلات العشاء والاستقبال المخطط لها مسبقاً .

وإذا قرر المشاركون أن يتناولوا وجباتهم حسب جدولهم الخاص فإنه يتعين على الجهة المنظمة أن يكون لديها مطعم أو تكون مجاورة لاماكن تواجد المطاعم ، ويفضل أن يكون هناك أنواع مختلفة من المطاعم تناسب كافة الأنواع ، كما ينبغي أن يكون المطعم على استعداد لاستقبال أعداد كبيرة من الناس وقت الغداء .

وقد يستحسن تقديم فطائر في مكان قريب من غرفة الاجتماع للتخفيف من الازدحام .

وعند تحديد الفترة المخصصة لتناول الغداء فإنه يجب ترك وقت كافٍ ليتمكن المشاركون من تناول الطعام بارتياح ، وعلى سبيل المثال فإن الوجبة التي تقدم على شكل بوفيه داخل المبنى تحتاج إلى ساعة كاملة . أما إذا كان يتعين على المشاركين البحث عن مطعم وطلب وجبة وتناولها داخل المطعم فإن ذلك بطبيعة الحال سيستغرق وقتاً أطول .

- الوجبات المجهزة من حدث ما :

يمكن التخطيط للوجبات التي ترتبط بحدث ما ، فكيف يتم اختيار الحدث ؟ يمكن لموضوع المؤتمر أن يوحى بفكرة معينة ، فمثلاً لو تضمن موضوع المؤتمر استكشاف الأسواق الخارجية ، فإن هذا العنوان يمكن الاستعانة به في التخطيط للوجبة . فمثلاً يمكن التخطيط للوجبة يطلق عليها «حول العالم» ، يقدم فيها طعام وديكورات من بول عديدة . أى أننا لو أعدنا أربع أقسام وفي كل قسم أطعمة وديكورات من بولة ما ، فإن ذلك سيكون معبراً عن الحدث . ويمكن لموقع الدولة جغرافياً أن يوحى بفكرة ما للتخطيط للوجبة . فمثلاً قد تقام حفلة ويطلق عليها أمسية فرنسية أو أمسية ألمانية أو أمسية المكسيك أو أمسية الصيف ، كما أن الأحداث التاريخية أو مناسبات الأعياد قد توحى بفكرة معينة للوجبة عشاء . كما أن الشخصيات التاريخية والمناسبات الاجتماعية والرياضية على اختلاف أنواعها توحى بفكرة لعشاء يخطط بطريقة تعكس المناسبة .

وعندما تقام مثل هذه المناسبات فإن ديكور القاعة والأكلات التي تقدم وحتى طريقة ارتداء الناس ، تعكس المناسبة التي يرغب في التعبير عنها ، ويمكن أيضاً اختيار ألوان معبرة توضع على قائمة الطعام أو المناديل الورقة أو الزرود أو الهدايا التي تقدم للناس . ويمكن أيضاً استخدام لوحات صغيرة معبرة عن الحدث يكتب عليها أسماء الحضور ، وحتى الحلوى يمكن إعدادها بطريقة تعبر عن الحدث .

ولا شك أن الوجبة التي تصمم لمناسبة معينة تكون أكثر تكلفة ، إذ قد تصل تكلفتها إلى عدة آلاف من الدولارات ، ولكن يمكن أيضاً التعبير عن حدث ما بميزانية متواضعة بحيث تستخدم ديكورات ورسومات وصور على نطاق ضيق .

نشاطات الفصل :

- ١ - خطط قائمة طعام غداء ، أخذاً في الحسبان المعايير التالية : القيمة الغذائية الطعام ، النوع ، النوف في اختيار الألوان .
- ٢ - قدر تكلفة استقبال (١٥٠) شخصاً لمدة ساعتين ، وسوف يكون الاستقبال على شكل طاولة مفتوحة ، علماً بأنك تدفع قبضة العضاير على أساس نوع العصير الواحد ، وخطط لحفلة الاستقبال مستخدماً قائمة الطعام التي قدمت في هذا الفصل .

الفصل الثاني عشر

المواصلات ونشاطات وقت الفراغ

عند انتهائك من هذا الفصل ستكون قادرًا على :

- ١ - التفاوض حول تسعيرة موحدة مع شركات خطوط الطيران .
- ٢ - فهم كيفية عمل مخططى الاجتماعات مع وكلاء السفر .
- ٣ - الاتصال وتنظيم سفر الشخصيات المهمة والمقدمين .
- ٤ - ترتيب خدمات المواصلات المستأجرة .
- ٥ - تنظيم نشاطات الترفيه والتسلية .

كما هو الحال مع نشاطات تخطيط الاجتماعات الأخرى ، فإن التخطيط للمواصلات والنشاطات وقت الفراغ هي عمليات تتم في الموقع . تذكر التعليمات المقدمة في البداية: أولاً اقرأ هذا الكتاب بأكمله . إن معظم النشاطات التي تناقش هنا كان من الواجب أن تؤخذ في الحسبان في أول جلسات تنظيم الاجتماع.

المواصلات :

قد لا يكون من صلب مسؤوليات مخطط الاجتماع التخطيط للمواصلات، فالمشاركون يحضرون بأنفسهم، ومن الممكن أن يعقد الاجتماع في موقع واحد، ولكن في أحيان أخرى، يكون من مسؤوليات مخطط الاجتماع ترتيب المواصلات لكل شخص، ومن الممكن أن يتم عقد الاجتماع في مواقع مختلفة مما يستدعي توفير مواصلات تنقل المشاركين بين المواقع المختلفة لحضور الجلسات المختلفة. فعلى سبيل المثال ربما تم نقل المشاركين بالحافلات إلى مركز المؤتمرات لحضور معرض، أو لحضور محاضرة في جامعة قريبة، أو لحضور نشاط وقت فراغ كعرض مسرحي .

إلى الاجتماع :

يمثل توفر وانتظام المواصلات أحد العوامل الرئيسية المؤثرة في اختيار موقع للاجتماع . كما أن النبذة عن المشارك تعطي للمنظم فكرة عن التكاليف المعقولة التي يتوقع الناس دفعها لحضور الاجتماع.

السيارات :

كما تم ملاحظته في السابق، فإن المشاركين في الاجتماعات المحلية ربما فادوا سياراتهم إلى الاجتماع . وقد يحضر آخرون بواسطة سيارات الأجرة أو بالحافلات أو بقطارات الأنفاق . وتجد المنظمات التي تعقد اجتماعات على مستوى المنطقة أو على مستوى الولاية أن أغلبية المشاركين يحضرون بسياراتهم الخاصة، ولا يشكل هذا الوضع مشكلة للمنظم . فكل مشارك يتواجد في موقع الاجتماع في الوقت المحدد.

ومع هذا في ربما احتاج المشاركون إلى مساعدة في الحواقف ، وتوفير الفنادق المنتشرة على الطرق (الموتيلات) ، والمنتجعات وفنادق الضار مواقف مجانية ، أما

توفير مواقف مجانية في المواقع وسط المدينة فيعتبر شيئاً من الماضي، ويمثل صرف مبلغ عشرة دولارات في اليوم لموقف سيارة وسط المدينة شيئاً عادياً .

ومن المستحيل التفاوض حول تعريفات مناسبة للمواقف في موقف عام، ولكن من الممكن التفاوض حول التعريفات إذا كانت إدارة مقر الاجتماع تملك المواقف الخاصة به. ومن الصعب المفاوضة حول تعريفات المواقف لاجتماعات الغداء أو العشاء القصيرة إلا إذا تم صرف مبالغ كبيرة عليها . وتقوم المنشأة التي يعقد فيها الاجتماع بفرض رسم على كل سيارة ، ولكن من الممكن تخفيض هذا الرسم .

وربما قام راعي الاجتماع بدفع كل أو جزء من تعريفات المواقف عن المشاركين، ومن الممكن إصدار إيصالات للمواقف للمشاركين تعطي لموظف المواقف ، ومن الممكن في حالات محدودة أن يساعد إطلاع موظف المواقف على برنامج الاجتماع على إيقاف السيارة مجاناً أو بتعريفات منخفضة . ويمثل توفير المواقف مجاناً أو بتعريفات منخفضة أداة تسويق جيدة يجب ذكرها في جميع إعلانات وأدلة الاجتماع .

شركات الطيران :

توفر شركات الطيران وسائل المواصلات الرئيسية للعديد من الاجتماعات. ومن الممكن التفاوض مع كل شركة من شركات الطيران كل على حدة للحصول على تخفيضات للمجموعات للاجتماعات الكبيرة على مستوى المنطقة أو البلد. ومن الواضح أن الشركة التي تعرف بأنها الناقل الرسمي لاجتماعات معينة ستحصل على مبيعات كبيرة من التذاكر .

ومع أن أسعار تذاكر شركات الطيران غير مستقرة، فإنه تتوفر خلال عمل الحجوزات تخفيضات تصل إلى (٤٠٪) من السعر العادي للتذكرة ، أو (٥٪) من أقل سعر مخفض للتذكرة .

ومن القيود التي ترتبط بالسعر المخفض للتذكرة وضع جزاءات على عمل أية تغييرات ، وعادةً تكون القيمة المدفوعة للتذكرة بالتعريفات الأقل غير قابلة للإعادة ، كما يجب شراؤها في وقت محدد .

ما هي فوائد تذاكر السفر المخفضة للاجتماعات؟ عادة ما يشمل عقد مع شركة طيران فقرة تقول أنه مقابل بيع كل (٢٥) تذكرة للاجتماع يحصل منظمو الاجتماع على تذكرة مجانية إلى جهة من الجهات التي تصلها خطوط شركة الطيران. ومن الممكن استخدام هذه التذاكر لنقل مخطط الاجتماع وموظفيه إلى مقر الاجتماع، أو لنقل المقدمين الذين يعيشون بعيداً. ومن الممكن كذلك أن تنقل شركة الطيران مواد الاجتماع مجاناً أو بأجور مخفضة وأن توفر بعض التسهيلات كقوائم بأوقات حضور ومغادرة المشاركين. ويوضح الشكل رقم (١٢-١) عقد تخفيض تذاكر سفر جماعي.

أي شركات الطيران سنستخدم؟ من الواضح أن النقاوض للحصول على أسعار تذاكر للجماعات يجب أن يتم مع شركة الطيران التي تستطيع خدمة غالبية المشاركين المحتملين، وعادة تكون هذه الشركة هي التي تسيّر أكثر الرحلات إلى مدينة الاجتماع، ويعودة سريعة إلى دليل شركات الطيران الرسمي (OAG) أو وكالة لوكيل سفريات يمكن التعرف على شركات الطيران التي تخدم مدينة الاجتماع من المناطق الجغرافية الأخرى. وعادة ما تتوفر المدن الكبيرة خدمات عدة شركات طيران، ولكن في الغالب يكون هناك شركة واحدة هي المسيطرة. وفي العادة فإن شركة الطيران التي يكون مركزها الرئيسي في مدينة ما تقدم أكثر الرحلات لتلك المدينة، وعلى سبيل المثال فإن مدينة أطلنطا هي المركز الرئيسي لشركة دلتا، ولذا فإن في إمكان معظم الأشخاص الذين يسافرون إلى أطلنطا أن يطيروا مع شركة دلتا إذا أرادوا.

وإذا كانت إحدى المدن هي المقر الرئيسي لأحدى شركات الطيران، فإنه سيكون لها رحلات عديدة إلى تلك المدينة من مناطق مختلفة. وعلى سبيل المثال فإن مدينة بلتيمور هي المقر الرئيسي لشركة طيران يو إس (US Air). لذا فإن هناك رحلات تقلع من نيويورك وريتموند وبيروفيدانس في نفس الوقت أو في أوقات متقاربة جداً. وفي بلتيمور يستطيع القادمون على هذه الرحلات ركوب طائرات (يو إس إير) إلى وجهات أخرى.

وتفضل الكثير من شركات الطيران أن تكون هي الجهة الوحيدة التي تقدم أسعاراً مخفضة للمجموعات. ولكن إذا لم يكن باستطاعة شركة طيران خدمة المسافرين القاصين من شرق المسيسيبي، فإنه من الممكن اختيار شركة طيران رسمية أخرى.

المشكل رقم (١٢-١١) : مثال لعقد خصم المجموعات

شركة خطوط جلاي أوى

اتفاقية المجتمع

تسجد لفرقة خير ان علاق اوى به اختيارها الامم الى الرسمية لاجتماع

· 1 ·

البريد الإلكتروني: info@alukah.net | الهاتف: +963 11 555 5555

[illegible]

Downloaded from <http://ajphaphysocpharm.sagepub.com/> at 04:00 02 October 2014

[illegible][illegible]

مركز الاحتجاز : موعد السفر :

توافق شرکت شیران گلای اوی طی :

- ١- تأخير أسعار الشحن عند الخففة: جـ: ب النسب التالية: خصم (٥٠٪) على تلك الدرجة السباحية المشروطة قبل موعد السفر بدرجة عشر يوم، وخصم (١٠٪) على تلك الدرجة السباحية المشروطة قبل موعد السفر بسبعة أيام. هذه الأسعار صالحة للسفر من الولايات الـ (٤٨) إلى مطار (عمارات) _____ وفي حالة تأخر سعر تاجيبي من الشركة فسيتم عرض خصم (٥٠٪) عن أقل لتذاكر سفرنا. مع الضمان لجميع القبول لغرومسة على التكلفة.

- ٢ - يصح رفع الدعوى متى ذكرها بحجية واحدة على خطوط فلاق أرى على كل (T&I) سنداً مبرور على سيرة المحرمات الخاصة بالاجتماع وسافر على (الفاى اوى) الاجتماع المذكور اعلاه. وهذه التاثير غير قابله لتبني أو لعدائنه او للحرى . ولا يمكن استجوابها إلا من قبل السيوتيين والموظفين لقانون بلويع العاد
- ٣ - توفير رقم معرفه : واستخدام الهاتف المجاني لسيرة الاجندات للمصمومات الطاعين بركة (الفاى اوى) (..... 0-8-....) لعمل الجولات. وهذا الاسعار الخفضه متوفرة فقط عبر هذا الهاتف .
- ٤ - توفير (..... 9-....) ورقة معلومات فى ١ يونيو ٩٨ لوقت الحظ معنا بخصوص تسيرة الجنديات المخفضة .

بِوَافِقِ الْمُتَعَاقِدِ لِلتَّكْوِينِ اسْمُهُ اِيْلَافٌ عَلَى :

- ١ - ندعى شركة غلاي أن كل شركة الطوارئ الرسمية للاجتماع المذكور أعلاه، إلا يمكن تسمية شركة غلاي في الغرض لذلك إلا إذا وافقة حكومة من شركة غلاي أوى .
 - ٢ - تسطيع البتراءمعرفة المذكر في جميع المناسبات الترتيبية، وفي الحصول على موافقة شركة غلاي أوى حال توزيع الحد الترتيبية .
 - ٣ - يقوم مدقق العقد بتدريس شركة غلاي أوى عن أى سوء استخدام لرصد غلاي أوى .
- هذا المرسوم صالغ بتاريخ ٢ مايو ١٩٩٥م ويكون ميثاقاً له وتوقعه من قبل السجل وممثل إدارة شركة غلاي أوى). أن شركة غلاي أوى ليست مسؤولة عن عدم القدرة على الأداء بسبب توقف العمل في المطار والجوارث (الاضربيات الأمنية) أو الحروب أو بسبب إجراءات حكومية.

المشاكل

المجلس

$\frac{1}{2} \times 100 = 50$

[illegible]

والحصول على أسعار مخفضة لتذاكر المسافرين هناك بديلان . فمن الممكن أن يقوم وكيل سفريات بعمل اللازم لذلك ، أو بإمكان مخطط السفر الانصال هاتفياً بمدير مبيعات المنظمة بشركة الطيران مباشرة . ويحصل وكيل السفريات على عمولة (١٠٪) من بيع التذاكر . وهذه ليست تكلفة إضافية يدفعها المسافر ، وليس لها أثر على سعر التذكرة ، فإذا حدثت شركة طيران سعر تذكرة الذهاب من مدينة بتسبيرج إلى مدينة واشنطن (دى سى) بنحو (١٣٠) دولاراً ، فإن وكيل السفريات يعطى السعر نفسه للمسافر . ويحصل وكيل السفر على عمولته من شركة الطيران التي باعت التذكرة .

وربما رغبت وكالة السفريات التي فاوضت للحصول على الأسعار المخفضة لتذاكر المجموعات أن تبرز كوكالة السفريات الرسمية للاجتماع . ومن الممكن إضافه ورقه توضح أرقام هواتف وكالة السفر ورقم هاتف الحجز للأسعار المخفضة للمجموعات مع مجموعة أوراق التسجيل للاجتماع . وبعد عمل حجوزات المشاركين من الممكن أن تقوم وكالة السفريات بقطع تذاكر السفر وإرسالها . أو يقوم المشاركون بالاستعانة بوكلاء سفرهم لعمل الحجوزات وقطع التذاكر . ويوضح الشكل (١٢-٢) عينة من الورقة التي من الممكن أن توفرها شركة الطيران . وتعتبر هذه وسيلة ممتازة لتسويق اجتماعك .

ونظراً لأن شركة الطيران ووكالة السفريات تحتفظ بملفات ممتازة ، فإنه من الممكن معرفة التكاليف والأرقام . ويمثل استخدام بطاقة الانتماء الخاصة بالشركات سجلاً إضافياً يحمي حامل البطاقة في حالة إعلان إفلاس شركة الطيران .

ومن الممكن أن يقوم المشاركون في الاجتماع بعمل إجراءات سفرهم بأنفسهم . وذلك بالاتصال بأرقام الهاتف المرفقة مع أوراق التسجيل . والخاصة بشركة الطيران التي تصلهم مباشرة بمركز حجوزات الاجتماع المركزى الذى يتعامل مع حجوزات تذاكر المجموعات المخفضة . وبأخذ الرقم الموجود على بطاقة الخصم يتكّن الشخص الذى يتولى الحجز أن يحصل على بيانات الاجتماع .

الشكل رقم (١٢ - ٢) : مثال لإعلان تخفيض للمجموعات من شركة طيران

شركة طيران فلاي أوي
تقدم للمشاركين تسعيرة خاصة للاجتماع
مؤتمر جيبية مدرسي التعليم التجاري
نيويورك - نيويورك
٧ - ٩ يونيو ١٩٩٢ م

للاستفادة من التسعيرة الخاصة المخفضة ، يجب عليك شراء تذكرتك قبل ٧ إلى ١٤ يوماً
من السفر . وفي حالة وجود خصم كبير من المدينة التي ستسافر منها فإننا سنمنحك خصماً
قدرة ٥ ٪ من تلك التسعيرة المخفضة إذا انطبقت عليك شروط تلك التسعيرة . التسعيرة الخاصة
بالاجتماع صالحة إلى مطار نيويورك ذهاباً وعودةً على خطوط (فلاي أوي) ومبرقة فقط من
خلال طاولة خدمات الاجتماع . وتختلف تسعيرات التذاكر والأسعار التشجيعية بين مدن المقادير
ومجمع نيويورك ، للتعرف على التسعيرات الخاصة من مدينة إقلاعك ، اتصل على طاولة خدمات
المؤتمر على الهاتف المجاني من أي مكان في كندا والولايات المتحدة الأمريكية (بما في ذلك
هاواي وألاسكا وبورتوريكو وفيرجين ايلاند) على مدى سبعة أيام في الأسبوع من الساعة ٧ - ٠٠
صباحاً إلى الساعة ١٢ - ٠٠ منتصف الليل بتوقيت وسط الولايات المتحدة . اتصل على :

٠٠٠ - ٠٠٠ - ٨٠٠ - ١

اطلب ملف الاجتماع رقم ٩٨٧٦ ت

من الدول الأخرى ، اتصل على	هذه الشهادة غير قابلة للتحويل
مكتب الحجز لشركة فلاي أوي	ولا للتعزيزات النقدية
واطلب مكتب الاجتماعات الدولي	

ملاحظة : تسعيرة الاجتماع
المخفضة تخضع لرسم خدمة
قدره ٢٠ دولاراً في حالة طلب
استعادة مبلغ التذكرة كله أو بعضه

عادة ما يكون من مسؤوليات مخطط الاجتماع تنظيم سفريات المقدمين والمتحدثين وغيرهم ، ويكون من الصعب التحكم في التكاليف إذا قام هؤلاء بعمل ترتيبات سفرهم بأنفسهم ثم قدموا طلباً بتعويضهم عن التكاليف ، عندما يقوم مخطط الاجتماع أو وكالة السفريات الرسمية بعمل ترتيبات السفر فسيتم استخدام شركات الطيران المحددة كلما كان ذلك ممكناً ؛ وذلك لجمع رصيد للحصول على تذاكر مجانية . وبالإمكان إرسال التذاكر لهؤلاء الضيوف بالبريد ، أو أن يتم دفع قيمتها (ومن ثم يقوم الضيف باستلام تذكرته من مكتب شركة الطيران أو من صالة المطار) . ويجب أن يكون مخطط الاجتماع حذراً عند إرسال التذاكر بالبريد ، وحسب الوقت المتاح ، من الممكن أن ترسل التذكرة بالبريد السريع (الذي يصل اليوم التالي) ، ويجب أن يأخذ مخطط السفر هذه التكلفة في الحسبان . ويجب عدم إرسال تذكرة قيمتها ٩٠٠ دولار بالبريد العادي إلى بلد آخر .

ويوضح الشكل رقم (١٢-٣) عينة من نموذج يمكن إرساله إلى المشاركين لمعرفة كيف يفضلون أن يسافروا إلى ومن الاجتماع ، ويجب إرسال هذا النموذج قبل الاجتماع بشهرين على الأقل . كما أن من المناسب في هذا الوقت إرسال تعليمات السفر ونماذج طلب التعويض عن مصاريفه ليستخدمها المشاركون عند طلبهم التعويض . ويجب أن يوضح راعي الاجتماع الوثائق التي من الضروري إرفاقها للحصول على التعويض . ربما يرغب الأشخاص القادمون من خارج البلاد بتعويضهم في الحال بالدولارات الأمريكية . ويظهر الشكل رقم (١٢ - ٤) : نموذج طلب تعويض .

وتخضع تذاكر الطيران المخفضة بشكل كبير لقواعد وفیود كثيرة . البقاء بعد ليلة سبت يخفض في العادة من قيمة تذكرة ذهاب وعودة ، ولكن هناك القليل من الاجتماعات التي تستمر أو تعقد في عطلة نهاية الأسبوع . وقد تختلف القيود كثيراً . لكن ربما طلبت شركة الطيران شراء التذاكر قبل ١٤ يوماً من السفر على سبيل المثال . بالإضافة إلى هذا ربما كانت قيمة التذكرة غير قابلة للاسترجاع ، ولا يحق للمسافر عمل أية تغييرات على التذكرة دون دفع غرامة كبيرة .

الشكل رقم (١٢ - ٣) : طلب استمارة عمل ترتيبات سفر

مؤتمر جمعية البيئة

أوروبا الشرقية في القد

يونيو ٨، ٩ - ١٩٠٠

كنج بلازا مانهاتن ٩٠٠ شارع ديرك، نيويورك، نيويورك ١٠٠٠٦٩

..... (٩٨٩)

طلب عمل ترتيبات سفر :

الاسم

الوظيفة :

العضوية

العنوان

المدينة/الولاية/الرمز البريدي

هاتف العمل (.....) فاكس العمل (.....) طاب - المنزل (.....)

المواصلات :

عن طريق الجو بالقطار بالسيارة الخاصة

المغادرة من المدينة المطار/منطقة

يوم وتاريخ المغادرة : الوقت المفضل

الوصول إلى نيويورك

يوم وتاريخ المغادرة من نيويورك الوقت المفضل

الإقامة : كنج بلازا مانهاتن

تاريخ الوصول : مغادرة

تاريخ المغادرة : عرج

متطلبات خاصة

الموجز : كمال هذا النموذج وإعادته إلى السيد هابيتن . جمعية البيئة.

١٩٧٤ الشارع الخامس ، واشنطن ، دي سي ٢٠٠٠٠

سيتم تجهيز القاذف ونماذج تأكيد الحجز قبل عشرة أيام من الوقت الذي ترغب الوصول فيه . نريد من

المعونة وتغيير خطوط الاتصال السيد هابيتن على هاتف رقم ٢٠٠ - ٢٠٠ (٦٠٢) أو فاكس ٢٠٠ - ٢٠٠ (٦٠٢) .

الشكل رقم (١٢ - ٤) : نموذج تعويض مصاريف

بيان مصاريف سفر									
المرجو قراءة التعليمات خلف الصفحة									
الاسم: التاريخ: ١٩٩٠									
تاريخ المغادرة: تاريخ العودة: عدد الأيام:									
المدن التي تمت زيارتها والهدف منها:									
الرقم	المصاريف	الهدف المالي	التكاليف الكلية للرحلة						
المصاريف	الهدف المالي	التكاليف الكلية للرحلة							
أ - الطائرة									
ب - القطار									
ج - العافلة									
د - الإقامة									
هـ - الوجبات									
و - سيارات الأجرة									
ز - رسوم التسجيل									
ح - الرقبة									
ط - أخرى									
ي -									

الرجاء تحديد مبلغ المصاريف السعوية التي سيتم التعويض عنها: المبلغ المدفوع مقدماً:

المبلغ المتبقي المباشر من قبل الشركة بالدفع المقدم أو سبلقات التأمين: العرق:

الشركة: الموظف:

رقم التذكرة: رقم بطاقة الامتحان:

الاسم: التاريخ: رقم التذكرة: رقم بطاقة الامتحان:

التاريخ: نوع الترخيص: الترخيص:

الاسم: الترخيص: الترخيص:

تسماً: علاقات العمل مع الأشخاص الذين استقنعوا بالتزوير:

الهدف والهدف: بطبيعة نقاشات العمل والقوانين المتوقعة (لا داعي لتذكر في حالة ضرورات العمل):

ملاحظات:

تابع الشكل (١٢-٤) :

استخدام إدارة المعالجة فقط	استخدام أمير العشيق فقط
البلغ المقفوع	اسلم من قبل مناسب
بعد النظرة ، يتم لصاحب	ديلم
مجموعه المبلغ الذي استخدم زيادة على المبلغ	المقدم
غير خاصص للمصرب (١)	التابع
تم التأكد من الجميع	موافق
المراجعة	

من الأهمية إرفاق الساذج المالية من : سداد الاستلام وإيصالات الفندق ، أعقاب ساذج المراسلات وغيرها مع هذا النموذج

هناك خيط رفيع بين منافع تحقيق توفير في شراء تذاكر منخفضة السعر وغير قابلة لاسترجاع قيمتها وبين شراء تذاكر بالسعر العادي الكامل القابل للاسترجاع. وربما اضطر أحد الحاضرين الكثيرون المشاغل إلى تغيير ترتيبات سفره مما سيتسبب في غرامات كبيرة في حالة كون تذكرة السفر التي تم شراؤها منخفضة وعليها قيود. وإذا تم شراء تذكرة سفر تمتع استرجاع قيمتها فيجب إيضاح أية قيود عليها للمستلم. وفي حالة الحاجة إلى تغييرات فمن الممكن الاتفاق أن يكون المستلم مسئولاً عن أية غرامات. ولكون هذا وضعاً غير مناسب فإن كثيراً من منظمي الاجتماعات يميلون إلى شراء تذاكر من الممكن استرجاع قيمتها مع كونها أغلى سعراً.

ومن بين العقبات الأخرى لعزل ترتيبات السفر المشاكل الناشئة من رغبات الشخص كثير السفر. فبعض الأشخاص يخططون رحلاتهم بهدف جمع أكبر عدد من الأميال للحصول على الهدايا التي تقدمها شركة الطيران. وفي تحقيق الأحيان يصير الحاضرون على السفر مع شركة طيران محددة^(١) ولكن إذا كان قد تم ترتيب سعر خاص للمجموعات وكان عدد الرحلات التي سيحضر فيها المشاركون تمتع المنظمين بعض المزايا فإنه يجب عدم إعطاء الحاضرين الخيار في تحديد شركة الطيران. أما في حالة كون شركة الطيران التي تم اختيارها لا توفر للمقدم خدمات كافية فإن على مخطط الاجتماع أن يحاول التمشي مع رغبات المقدم.

خلال الاجتماع :

عندما يصل المشاركون إلى مدينة أو مقر الاجتماع، فسيحتاجون إلى وسائل مواصلات، ويجب أن يرتب المخطط لذلك أو أن يبلغ المشاركين بما هو متوفر من وسائل مواصلات .

سيارات التاجير :

وكما تفعل شركات الطيران ، فإن شركات تأجير السيارات ترغب في مناقشة منع خصم للمجموعات من المشاركين ، ويفضل كثير من المشاركين أن يوجد سيارة معهم خلال فترة الاجتماع . ويجب إضافة إعلان التخفيض ورقم الهاتف المجاني ورمز تخفيض المجموعات إلى أوراق التسجيل المرسلة للمشاركين .

ومن وسائل التحفيز في الاجتماعات أن تقوم المنظمة الراعية للاجتماع بحجز سيارات الأجرة ودفع الإيجار للمشاركين ، ولذلك فإن المنظمة بهذه الطريقة تعرض نفسها للمسؤولية عند وقوع حادث ، ومن الوسائل التي تساعد على الحد من هذه المخاطر استخدام سيارات فان (٧/٨٨) تحمل من (٦ إلى ٨) أشخاص واستخدام سائقي الشركة .

وتوفر بعض هذه الاجتماعات سيارة مع سائقيها . ومن الملاحظ كثرة سيارات الأجرة الضخمة والأنيقة عند المطار، حيث يقف السائقون بنزائهم الخاصة رافعين لافتات باسم الراكب القادم في منطقة القدوم، ومن الممكن استئجار سيارات الأجرة فترة الاجتماع لنقل المشاركين إلى مواقع جديدة.

المواصلات العامة :

يجب التفكير في أمر المواصلات العامة من المطار ومحطة الحافلات أو القطارات إلى الفندق، خاصة لأولئك الأشخاص الذين لا يحضروا من للاجتماع بسياراتهم. ويمكن أن يستخدم المشاركون في الاجتماع سيارات الأجرة والحافلات وقطارات الأنفاق وخدمات التوصل في المطارات.

ومن اللباقة إرفاق خريطة المدينة مع أوراق التسجيل، وفي حالة توقع المخطط حضور أكثر من (٥٠) شخصاً للاجتماع، عليه إبلاغ شركات سيارات الأجرة

والحافلات أن يتوقعوا زيادة في عملهم ، وربما فكر المخطط في تكليف شخص بالبقاء في المطار لتحية المشاركين وإرشادهم للمواصلات .

وبما دفع المشاركون تكاليف المواصلات المحلية ، وقد تضاف إلى رسم التسجيل ، وعندئذ لابد من إرسال التذاكر والبطاقات الخاصة بالمواصلات المحلية إلى المشاركين . ويقوم مخطط الاجتماع بالتعاقد مع شركات المواصلات لقبول القسائم التي نجم عنها تلك الشركات ثم تقديمها للمخطط لتسلم قيمتها .

وتوفر العديد من الأماكن التي تعقد فيها الاجتماعات خدمات النقل المجانية للنقل بين المطار والمبنى أو الفندق ، وفي المدن الكبيرة يوجد سيارة خاصة تنقل الناس من المطار لعدة مواقع رئيسية في المدينة مثل الفنادق الرئيسية والأسواق ومراكز المؤتمرات ومحطات الحافلات وغيرها .

وبالإمكان استخدام قائمة التأشير التالية لتسجيل متطلبات المواصلات الأرضية .

قائمة تأشير للمواصلات الأرضية :

عدد وأسماء شركات تأجير السيارات
 الخصم الذي تم الاتفاق عليه المواد الدعائية
 استئجار الحافلات الصغيرة للمجموعات السائقون المحدون
 خدمات سيارات الأجرة

المواصلات العامة :

- ☐ حافلة المطار .
- ☐ مطار الاتفاق .
- ☐ حافلة المدينة .
- ☐ سيارة الأجرة .
- ☐ حافلة الفندق الصغيرة .
- ☐ تم إرسال معلومات أو خرائط للمشاركين .

□ تم إبلاغ الشركات بالاجتماع.

الحافلة المستأجرة :

دفعت أجرتها من قبل □ المشاركين □ الاجتماع □ الفندق

الاستخدام المتوقع

المركبة المستعملة

□ تم إبلاغ المشاركين .

استخدام الحافلات المستأجرة :

قد يكون استئجار الحافلات هو الحل لتوفير المواصلات للمشاركين في الاجتماع . وقد يكون ذلك للنقل بين المطار والفندق ، أو بين ميانى مقر الاجتماع أو بين أماكن خارج المقر تعقد فيها نشاطات أو جلسات .

التكاليف :

من الممكن أن يقوم مخطط الاجتماع أو إدارة المقر باستئجار حافلات كبيرة أو صغيرة للتنقل بين المطار والفندق ، بدلاً من أن يقوم المشاركون بعمل ترتيبات سفرهم بأنفسهم . وربما شمل العقد مع إدارة المبنى ترتيبات تجعلها تتولى هذه العملية وبيع تكاليفها . وإذا لم يحدث ذلك فإن على المخطط أن يقوم باستئجار وسائل المواصلات . والتفاوض ، والتعاقد ، والجدولة ، والدفع .

وإذا كان الناقل الرسمي يوفر قائمة بمواعيد وصول وإقلاع المشاركين ، فإن باستطاعة المخطط أو إدارة المبنى تنسيق وقت توفير المواصلات الأرضية في المطار أو في المحطة ، وتبلغ سعة الحافلة (٥٠) راكباً بينما تبلغ سعة الحافلة الصغيرة من (٦-١٠) أشخاص .

ويجب إبلاغ المشاركين بمواعيد توفر وسائل المواصلات حتى يرتبوا مواعيد وصولهم معها . وبالإمكان إرفاق جدول المواصلات الأرضية مع أوراق التسجيل . وعند التسجيل أو في بعض الأحيان خلال الاجتماع ، يكون باستطاعة المشاركين تسجيل موعد حاجتهم للمواصلات .

خدمات التوصيل :

لا بد للاجتماعات الكبيرة التي يتوزع المشاركون فيها على عدة فنادق من أن تدير خدمات المواصلات بدقة. فالمشاركون يحتاجون مواصلات إلى مركز المؤتمرات، وإلى الفندق الرئيسي، وبين الفنادق، وإلى الجلسات والنشاطات التي ننم في أماكن غير المقر الرئيسي. وبإمكان المخطط استئجار حافلات تربط الفنادق الرئيسية ومركز المؤتمرات في رحلات منتظمة. في البداية لابد من تحديد المسار بين الفنادق. وقد يكون من اللازم الاتصال بمرور المدينة للتأكد من أن المسار المحدد للحافلات مسموح به. ولابد كذلك من الاتصال بالفنادق أو الأمكنة الأخرى التي ستتوقف فيها الحافلات للسؤال عن أنظمة المواقف وارتفاعات المداخل واتساع الطرق الداخلية بها.

ولابد أن يوضع برنامج سير الحافلات موافقاً لبرنامج الاجتماع. فعلى سبيل المثال، ربما تتوقف الحافلة في البداية عند الفنادق التي يسكنها معظم المشاركون، وهذا يسمح لأغلبية المشاركين بركوب الحافلة أولاً. وإذا تبين أن هناك حاجة لمزيد من الحافلات في المحطات اللاحقة، فإن بالإمكان الاتصال بالمسؤول عن الحافلات مبكراً. ولابد من أخذ حساب ساعات الضغط المروري والظروف الجوية. ويتغير عدد الحافلات التي تدعو الحاجة إليها حسب الوقت خلال اليوم، وحسب الجلسات المجدولة. ويجب على مخططي الاجتماع مراقبة سير الحافلات والتعرف على عدد الحافلات التي يحتاجها الوضع.

وبالإضافة إلى خدمات التوصيل المستمرة، قد تدعو الحاجة لمخطط الاجتماع إلى توفير مواصلات إلى أماكن أخرى تقام فيها نشاطات معينة. فعلى سبيل المثال من الممكن أن ينظم مكتب المؤتمرات والزوار حفل استقبال للتعريف بمركز الزوار الجديد. لهذا لابد من إحضار المشاركين إلى المركز الساعة السادسة مساءً وإعادتهم الساعة الثامنة مساءً. أو ربما تم استئجار حافلة لتوصيل المشاركين إلى أحد المطاعم لتناول العشاء. وربما احتاج الأمر في الاجتماعات الكبيرة إلى أن يتفق المخطط والمسؤول في شركة الحافلات على عمل جدول لأخذ المشاركين من فنادق عديدة.

ويجب أن يوضع برنامج الاجتماع ما إذا كان سيتم توفير المواصلات للجلسات والنشاطات التي ستقام في مكان بعيد عن مقر عقد الاجتماع . وإذا كان يتوقع أن يتجمع الأشخاص في بهو الفندق في وقت محدد لركوب حافلة فيجب أن يتم إشعارهم بذلك . ويلزم إعطاء المشاركين الوقت الكافي ليذهبوا إلى غرفهم ليأخذوا قسطاً من الراحة، أو ليغيروا ملابسهم أو أخذيتهم قبل الذهاب إلى مكان آخر .

التعاقد للمواصلات :

عند التخطيط للاجتماع يجب الاتصال بشركات الحافلات لتقدم عروضها لتقديم خدمات المواصلات المطلوبة . وتمتلك بعض إدارات المناطق التعليمية حافلات متوفرة (خصوصاً في فصل الصيف) ، ولكن مخطط الاجتماعات يعمل في أحيان كثيرة مع ملائح حافلات .

وتشمل تكلفة المواصلات عدة أجزاء . فثولاً هناك تكلفة الساعة لكل من الحافلة والسائق . وربما شمل العرض كذلك الوقت الذي تستغرقه الحافلة لتصل إلى الموقع من المواقف . وربما تم تحديد عدد ساعات أدنى لاستخدام كل حافلة . ويجب أن يفهم مخطط الاجتماع ما إذا كان سيتم استخدام الحد الأدنى من الساعات المتفق عليه لاستخدام الحافلة كله في وقت واحد أم أن من الممكن تجزئته (مثل ثلاث ساعات في الصباح وثلاث ساعات بعد الظهر) . ويكلف طلب حافلات وسائقين إضافيين بالطبع زيادة في النفقات . وفي بعض الأحيان لا يتم إعادة الحافلات إلى الموقف التي جاءت منه توفيراً للمصاريف .

إن السعر ليس هو العامل الوحيد لأختيار شركة حافلات، فلابد أن تتوفر إجابات لدى مخطط الاجتماع عن الأسئلة التالية : هل لدى الشركة عدد كاف من الحافلات للقيام بالمهمة؟ هل لدى الشركة سابق خبرة بالخدمة المطلوبة؟ هل هناك من يمكن الاتصال بهم لمعرفة تعامل الشركة معهم؟ هل حلفات التأمين متكاملة؟ هل الرخص حديثة؟ هل كراسي الحافلة مريحة وبالتوزيع المطلوب؟ هل يتوفر بالحافلة تهوية وتكييف وتدفئة كافية؟ هل للحافلة باب خلفي للتحميل بالصعود والنزول؟ هل يتوفر بالحافلة دورة مياه؟ هل بالحافلة تجهيزات للأكل؟ هل يتوفر بالحافلة رافعة هيدروليكية

لمساعدة المعاقين على الصعود والنزول؟ هل بالحافلة جهاز اتصال؟ وعند استخدام حافلات عديدة، هل بإمكان سائقها الاتصال ببعضهم؟

ويجب أن يتم وضع علامات بارزة على الحافلات تدل على أنها مخصصة للاجتماع . فمن الضروري وجود لوحات أمام وعلى جوانب وخلف الحافلة توضح اسم الاجتماع ، وإذا دعت الحاجة تتضمن معلومات عن الطريق الذي تسلكه الحافلة . كما يجب كذلك وضع لوحات إرشادية في أماكن توقف وصعود ونزول المشاركين.

يجب أن يكون لدى السائقين فكرة كاملة عن الطرق التي سيسلكونها، كما يلزم إعطاؤهم خرائط توضح خط السير الذي يتبعونه ، وفي حالة توقع قيام السائقين باخذ رسوم المواصلات فلا بد من إعطائهم تعليمات وسياسات ذلك كتابياً . كما يجب وضع قواعد للتعامل مع حالات الطوارئ من أعطال ميكانيكية، أو أخطار صحية أو طقس غير مناسب، أو تأخر كبير .

وفيما يلي نموذج تأشير يساعد في حالة استئجار حافلة

نموذج تأشير لاستئجار حافلة :

التاريخ التي تحتاج فيها الخدمة

نقاط الإركاب : نقاط النزول

جدول المواعيد .

إركاب نزول

إركاب نزول

إركاب نزول

العدد الأقصى للمستخدمين العدد الأدنى للمستخدمين

المركبات المطلوبة

.....

ترتيبات الدفع

العلامات الإرشادية
المطويات التي وزعت
.....

ما يجب مراعاته في العقد :

عند تقييم عروض من عدد من الشركات، قيم العوامل التالية باستخدام سلم تدرج حسابي بحيث : ٥ - ممتاز ، ٤ = جيد ، ٣ = متوسط ، ٢ = أقل من المتوسط ، ١ = ضعيف .

المركبات :

النظافة	الصيانة
انتقاء مريحة	توزيع المقاعد
التبوية	التكييف/ التدفئة
دورة المياه	منطقة الأكل
سهولة الاستخدام للمعاقين	مكبرات الصوت
أجهزة الاتصال	أماكن الأثاث

الشركة :

الأشخاص الذين يمكن سؤالهم عنها الخبرة
مرخص لها التأهيل

برقيات الطوارئ / الأعضاء
.....

التكلفة :

بالساعة للشخص
- هل يحسب زمن السير من/ إلى موقف الشركة؟ : ☐ نعم ☐ لا
- هل هناك حد أدنى مطلوب من الساعات؟ ☐ نعم ☐ لا العذر

- هل يمكن تقسيم الحد الأدنى؟ ☐ نعم ☐ لا
- هل يمكن إضافة مركبات؟ ☐ نعم ☐ لا التكلفة الإضافية _____
- هل يمكن إعادة المركبات غير المستخدمة؟ ☐ نعم ☐ لا التكلفة الإضافية _____

نشاطات وقت الفراغ :

لا بد لأي اجتماع أن يضع جدولاً لوقت الفراغ بعيداً عن جو الاجتماعات. أما كيف يتم قضاء هذا الوقت فيترك للمشتركين تقريره، أو أن يتم تخطيط بعض النشاطات . وتشتمل اجتماعات التحفيز في معظم الأحيان على فترات مفتوحة.

ويتم قضاء أوقات الفراغ بشكل عام في ثلاثة نشاطات هي : التسلية والاستجمام والمشاهدة (مشاهدة معالم مدينة على سبيل المثال) ، وهذه قد تكون أنشطة متداخلة. ويمكن أن تشمل الاجتماعات برامج خاصة للكبار ، وبرامج خاصة للأطفال المرافقين للمشاركين ، وكذلك برامج تسبق أو تلحق برنامج الاجتماع الرسمي .

ولا يعني تخطيط نشاطات الفراغ مجرد طلب تذاكر للبالية أو إبلاغ الأشخاص متى يصلون إلى المسرح . فربما شمل برنامج وقت الفراغ وجبة أكل، وربما دعت الحاجة إلى ترتيب مواصلات لإتاحة الفرصة للمشاركين لحضور النشاطات .

التسلية والترفيه :

ربما تم جدولة التسلية كجزء من برنامج الاجتماع وأقيمت في موقع الاجتماع. ربما كانت التسلية نوعاً من عروض المسترفين مماثلة لعروض برودواي (BROADWAY) بأزياء مميزة وإضاءة ومؤثرات صوتية . أو بمستوى أقل ، أو تكون مسابقة مواهب تجرى بين المشاركين ، وهذا من نشاطات التسلية الأكثر شعبية . وربما تم الاتفاق مع مجموعة غنائية محلية ، أو مسارح صغيرة لتوفير التسلية خلال الاجتماع .

ويمكن كذلك أخذ المشاركين إلى نشاطات تسلية تعقد في مدينة الاجتماع. ومن هذه النشاطات العروض الموسيقية ، والنشاطات الرياضية ، والمسرحيات ، وحفلات

المجموعات الغنائية . ويمكن أن يكون باستطاعة مخطط الاجتماع لبعض المجموعات ترتيب حفل استقبال لـ لقاء النجوم على المسرح بعد تقديم عرض، أو أن يقوم المشاهير بالتوقيع للمشاركين .

ومن الممكن أن تكون المشاركة في نشاطات وقت الفراغ اختيارية ، فيقوم المشاركون بالتسجيل لنشاط معين ثم يدفعوا الرسوم المطلوبة ليستلموا التذاكر . وفي بعض الأحيان تكون تكلفة نشاطات التكلفة الخاصة مضافة إلى تكلفة التسجيل . أما بالنسبة للنشاطات الاختيارية فيجب على المخطط أن يحجز بعض المقاعد ، ويعرضها للبيع حتى وقت معين . وإذا كان لابد للمخطط من شراء تذاكر فإن هناك احتمال عدم بيع التذاكر كلها مما يتسبب في خسارة .

الألعاب والتمارين :

إن توفر مسبح أو غرفة لمزاولة التمارين الرياضية يوفر فرصة لنشاط وقت الفراغ . وتحتوى كثير من الفنادق على مركز للمعدات الرياضية موفرة للزبائن بون أية رسوم ، أو برسوم رمزية .

ويمثل الجولف والتنس أكثر نشاطات التسلية شعبية ، ويمكن لمخطط الاجتماع ، بمساعدة المحترفين في التنس أو الجولف ، تنظيم المسابقات بين اللاعبين ، وتحديد مستويات وأوقات اللعب ، وتقديم الجوائز لهم ، ويمكن تقديم الجوائز والدروع خلال حفل العشاء النهائى .

ويتيح المناطق القريبة من المحيط الفرصة للسباحة والتزحلق على الرمال والتزحلق على الماء . كما توفر رمال الشاطئ مجالاً لكرة الطائرة ومسابقات شد الحبل والتي تتيج مجالاً جيداً للتسلية .

ومرة أخرى نقول إن تكاليف نشاطات الاستجمام والتسلية يمكن أن يدفعها المستمتعون بها ، كما يمكن أن تكون داخلة ضمن رسوم التسجيل للاجتماع . وعند إضافة المصاريف إلى رسوم التسجيل فيجب أن تؤخذ فى الاعتبار رسوم الملاعب الخضراء والملاعب ، واستئجار المعدات الرياضية ، والإدارة المتخصصة لهذه النشاطات ، وكذلك الجوائز والأوسمة التى تمنح للفائزين .

المشاهدة :

ربما كان أكثر نشاطات وقت الفراغ شيوعاً هو المشاهدة (أو رؤية المعالم)، على الرغم من أن زيارة المعالم السياحية لا يروق لجميع الأشخاص . ويتوفر في المدن الكبرى شركات متخصصة في تقديم خدمات رؤية المعالم . ويمكن أن يكون دفع رسوم الجولة من قبل المستفيد ومن الممكن أن تدخل ضمن رسوم التسجيل.

إذا كانت جولات رؤية المعالم تتم على أساس (كل مسؤول عن نفسه) فإنه من الأفضل توفير المعلومات والكتيبات والأدلة الخاصة بذلك في منطقة التسجيل للاجتماع، ومن الممكن أن تقوم إحدى شركات الجولات السياحية بتكليف أحد موظفيها بالجلوس على طاولة التسجيل لتسجيل الراغبين.

وإذا كانت الجهة المنظمة للاجتماع ستتولى دفع رسوم الجولات فإنه يلزم حصر عدد الراغبين في المشاركة، ويمكن أن يتم هذا قبل الاجتماع وخلال عمل الحجز للمشاركة في الاجتماع أو عند التسجيل. ويجب أن يكون الحصر دقيقاً : لأنه يغطي فكرة عن عدد الحافلات والمرشدين السياحيين المطلوبين.

برامج المرافقين :

يتزايد عدد الأشخاص الذين يحضرون للاجتماعات مع مرافقين لهم، إذا كانت النبذة عن المشارك تدل أن عدداً كبيراً من الزوجات أو الأزواج، أو عدداً كبيراً من غيرهم سيحضرون إلى المنشأة التي سيعقد فيها الاجتماع ولكنهم لن يكونوا من المسجلين للاجتماع، فإنه من الضروري تنظيم بعض النشاطات لهم.

وربما كان المرافقون يستمتعون بالتسلية أو الاستجمام أو الترفيه أو رؤية المعالم أو أية نشاطات أخرى ، لذا يجب على منظم الاجتماع جولة النشاطات التي يستمتعون بها، وفي الماضي كان من السائد جدولة نشاطات المرافقين بحيث تشمل عروض الأزياء، وعروض التحف ، والجولات التسويقية للسيدات اللاتي يرافقن أزواجهن. ولكن مع تغير تركيبة القوى العاملة، فإن الإبداع في عمل برنامج نشاطات للمرافقين مطلوب .

كما أن تقديم حلقات قصيرة حول المواضيع التي تناقش في الاجتماع يمكن أن يتيح مجالاً للنقاش بين المشاركين ومرافقيهم . فعلى سبيل المثال ربما يرغب المرافقون

المشاركين في اجتماع لبرامج الحاسب في التعرف على برنامج جديد للحاسب سيتم عرضه في الاجتماع، أو ربما رغب مراقق مساهم في معرفة ما يقدمه مختص في موضوع الشؤون المالية الشخصية في محاضرة خلال الاجتماع.

ويوجد في بعض المدن شركات متخصصة في تخطيط برامج للمرافقين. ويفترض أن تتوفر المعلومات عن هذا في مكتب المؤتمرات والزوار. وربما كان لدى المشاركين المحليين أفكار عن بعض النشاطات، وربما رغب مرافقوهم في ترتيب بعض النشاطات للمرافقين الآخرين من الخارج.

ومن الممكن أن يكون الدفع لبرامج المرافقين بصفة منفردة حيث يدفع كل عن نفسه. أما بالنسبة لاجتماعات التحفيز فإن التكاليف تدفعها المنظمة الراعية للاجتماع، ولا بد من إرفاق أدلة وصفية عن نشاطات المرافقين مع أوراق التسجيل. ويجب طلب التسجيل المسبق: لأنه يلزم عمل ترتيبات التأكيد على حضور محاضر أو مشارك.

برامج الأطفال:

إذا دلت النبذة عن المشارك على احتمال اصطحاب المشاركين أطفالاً معهم، فقد يكون من الأفضل أن يقوم المخطط بإعداد قائمة بخدمات رعاية الأطفال الموفرة للمشاركين. ويجب التأكد من أن مراكز العناية بالأطفال مرخصة ومؤمن عليها قبل إدراجها في أية معلومات موفرة للاجتماع. يوضح للمشاركين مصدر المعلومات الواردة في القائمة (مكتب المؤتمرات والزوار على سبيل المثال). ويلزم وضع نص يوضح أن إدارة الاجتماع لا توصي بمركز أو مراكز العناية بالطفل.

بعض الاجتماعات توفر رعاية للأطفال خلال الاجتماعات. وهذا قد يجلب الكثير من التعقيدات والتكلفة المرتفعة، وإضاعة وقت للمخطط. فالأمر يتطلب توفير أسرة وفرش وأثاث خاص بالأطفال بالإضافة إلى الأكل والماء ودورات المياه والألعاب والعاملين المدربين. وعادة يتطلب الأمر تواجد ممرضة مرخصة. وعادة ما تكون الانظمة والشروط الصحية والغذائية لمراكز العناية المؤقتة بالأطفال صارمة.

ويمكن أخذ الأطفال في جولات خاصة بهم. ويمكن تنظيم ألعاب ومسابقات لتسليتهم. ويمكن أن تساعد أعمارهم في تحديد النشاطات التي تناسبهم.

الجولات السابقة واللاحقة للاجتماع :

يمكن أن يستفيد الأشخاص من جولات سياحية قبل أو بعد الاجتماع بدفع رسم إضافي . وربما تكون هذه رحلات ليوم واحد أو أطول ، فمثلاً يمكن بسهولة تسويق رحلة بحرية لمدة ثلاثة أيام بعد اجتماع يعقد في ميامي .

وعادة ما يتولى وكيل سفريات أو منظم جولات سياحية تفاصيل الجولة بما في ذلك تسويقها . وتتمثل مسؤولية مخطط الاجتماع في التأكد من قدرات وخبرات منظم الجولات السياحية . ويجب أن يوفر المخطط للمنظم معلومات عن طبيعة المجموعة، والجدول المناسب لها . والوضع المثالي هو أن تشمل الجولة فقط المشاركين في الاجتماع ومرافقيهم، وأن توفر لهم ميزات لا توفر عادة لعامة الناس .

ويشمل عمل المخطط في معظم الاجتماعات ترتيبات المواصلات، ومع أن ذلك ليس بالكثير تعقيداً من نقل الموظفين إلى مقر الاجتماع، إلا أن ترتيب المواصلات يعتبر جزءاً معقداً من عملية التخطيط، وترتبط المواصلات مع إدارة وقت الفراغ ارتباطاً كبيراً. ومن الضروري توفير وقت فراغ خلال الاجتماع. ويمكن أن يكون تنظيم نشاطات وقت الفراغ عملية معقدة، ولكنها في نفس الوقت تمثل الفرق بين اجتماع متميز واجتماع يكاد يكون عادياً .

نشاطات الفصل :

- ١ - قم بالاتصال بشركة تأجير حافلات وتعرف على الاسعار والشروط الخاصة بهم .
- ٢ - استكشف المواصلات الأرضية المتوفرة لأقرب مطار إليك .
- ٣ - تحدث مع وكيل سفريات حول الخدمات المتوفرة لديهم للمساعدة في تنظيم الاجتماعات .
- ٤ - اذكر أسماء أربع مجموعات ترفيه يمكن أن تقدم عروضها في مؤتمر يعقد في مدينتك .
- ٥ - اذكر أربع بدائل للترفيه والتسلية تتوفر في مدينتك .
- ٦ - قم بعملية استكشاف لأهم الجولات السياحية المتوفرة في منطقتك .

الفصل الثالث عشر

التقييم والمتابعة

بعد إنهاءك هذا الفصل ستكون قادراً على:

- ١ - معرفة العناصر التي تقوم بتقويمها.
- ٢ - اختيار طريقة التقييم المناسبة.
- ٣ - القيام بنشاطات المتابعة بكفاءة.

يمثل حصول الطالب على تقدير في تقريره المدرسي إما حدثاً يخشاه، أو حدثاً يتوقعه بثقة . ويمثل التقرير تقييماً يمكن أن يكون قاعدة لتغيير إيجابى . وعلى نفس المنوال فإن تقييم اجتماع يجب أن يحظى بنفس العناية والحرقية التى يوليهها مخطط الاجتماع لجميع نواحي إدارة الاجتماع .

ويعنى التقييم إعطاء قيمة للشيء المراد تقويمه . للمعلومات التى يتم الحصول عليها من التقييم أهمية لمخطط الاجتماعات والمنظمة . هل تم تحقيق أهداف الاجتماع؟ هل يستحق الاجتماع الجهد الذى بذل من أجله؟ حتى وإن تم عقد الاجتماع من أجل المتعة فقط، فإنه يجب أن يتم التعرف على ما إذا كان الاستمتاع الذى حصل عليه المشاركون يستحق المشاكل التى واجهها المنظمون أم لا .

إن الاجتماعات التى تهدف إلى تحقيق دخل لها معيار نجاح أو فشل بسيط هو : هل تم تحقيق دخل أم تم تكبد خسائر؟ أما الاجتماعات التى تهدف إلى التحفيز فهى مكلفة جداً، وهناك أهمية كبرى لتحقيقها للهدف منها (عادة ما يكون زيادة أداء المبيعات) . وهذا يمكن التحقق منه بمراجعة أرقام المبيعات اللاحقة . وعدد المشاركين الذين تأهلوا لحضور اجتماع التحفيز القادم.

طرق التقييم :

يمكن إجراء التقييم بعدة طرق . فيمكن تعيين أشخاص لحضور حلقات عامة أو فرعية ثم يسألون أسئلة محددة عن تلك الحلقات . وهؤلاء من الممكن أن يكونوا مسؤولين فى المنظمة صاحبة الاجتماع . أو من الأشخاص الذين سبق أن كانوا متحدثين فى الاجتماع . أو بالإمكان أن يتم اختيارهم عشوائياً من عموم المشاركين . والطريقة الأخرى للتقويم هى مقابلة مشاركين فى الاجتماع بشكل عشوائى للتعرف على رأيهم . ومن الممكن إجراء التقويم خلال الاجتماع ، أو فى نهايته ، أو بعد انتهائه بفترة من الزمن . ومن المكلف جداً إرسال وسائل التقويم للمشاركين بعد نهاية الاجتماع ، كما أن نسبة العائد من التقويمات يمكن أن تكون منخفضة جداً .

وحتى مع استخدام وسائل تقويم أخرى ، فإنه يجب على الإدارة أن تجمع وتتبادل الآراء وتراجع إحصائيات التقويم .

وقد جرت العادة أن يتخذ التقييم شكل استبانات توزع على المشاركين ، ويطلب منهم تعبئتها. ويشعر معظم الناس بالسرور لأنه طلب منهم إبداء رأيهم فيكونون راغبين في تعبئة الاستبانات . ومن أسهل أنواع التقييم ترتيب أو إعطاء تقدير معين لبعض معايير التقييم باستخدام معيار مندرج رقمي . وفي معظم الحالات فإن تقدير (٥) يعني ممتاز ، و(٤) جيد ، و(٣) متوسط ، و(٢) منخفض ، و(١) ضعيف . ويجب شرح أية تعليمات تخص التقييم بشكل واضح.

وتتوفر العديد من برامج الحاسب الآلي التي تساعد على تجميع المعلومات من الاستبانات . وتستطيع الماسحات الضوئية تحويل إشارات قلم الرصاص إلى إحصائيات مفيدة .

وكما هو الحال مع معظم الأشياء فإن إجراء أبسط أنواع التقييم هو عملية مكلفة وقتاً ومالاً . فهناك المواد التي تحتاج إلى طباعة ، وهناك الفترة الزمنية التي قد يحتاج إلى حجزها من وقت الحاسب الآلي ، كما تحتاج العملية إلى تخصيص عدد من الأشخاص لتحليل نتائج التقييم .

بالإمكان وضع استبانات على المقاعد قبل بدء الاجتماع ثم يتم جمعها من قبل رئيس الاجتماع في نهاية الجلسة . ولجعل الأشخاص يشاركون في عملية تقييم اجتماع عام فإنه من المفيد منح كل من يعيد نموذج تقييم معياً هدية صغيرة . من الممكن أن تكون هذه الهدية بسيطة . جداً كان تكون دفتر أو للكتابة . أما في حالة كون التقييم هاماً جداً فإنه لابد من تقديم جائزة أكبر لمن يعينون الاستبانات . ومن الممكن تشجيع الناس على تعبئة الاستبانات بعمل مسابقة بسيطة ، أو إكمال لغز ، أو رسم لوحة للحصول على جائزة .

معايير التقييم :

يجب تقييم جميع عناصر الاجتماع مثل الموقع الجغرافي والمبنى الذي عقد فيه الاجتماع والجلسات والاجتماع بشكل عام . ربما كان مبنى الاجتماع ممتازاً عندما فحصه مخطط الاجتماع ، ولكن إلى أي مدى راق للمشاركين؟ وهل كان توقيت وسير الجلسات مناسباً للموضوعات التي درست؟ أو هل شكوا المشاركون بأنهم استعجلوا؟

وإذا كان المنحدر الرئيسي قد حظى بتوصيات عالية وبدأ رافعاً في شريط الفيديو، فهل فهم وقدر المستمعون ما قاله؟

ربما كان تقييم جميع ما يتعلق بالاجتماع مكلفاً وقتاً ومادةً، ولكن على مخطط الاجتماع أن يتعرف بشكل عام على نقاط النجاح ونقاط الفشل في ترتيبات عقد الاجتماع.

□ **الموقع** : لابد من تقييم الموقع الجغرافي ومراقبته . ومن الممكن اكتشاف مواقع مرغوبة مستقبلاً عن طريق السؤال عن أماكن الترفيه، واللطفة، والأمان، وجمال المدينة والمنطقة التي سيعقد فيها الاجتماع . وسيتضح من التقييم ما إذا كان المشاركون يفضلون مدينة أو منتجاً في المستقبل .

تقييم الموقع الجغرافي باستخدام مقياس تقييم تدريجي من (١ - ٥) :

قيم العناصر التالية عن المدينة بحيث : (٥) = ممتاز ، (٤) = جيد ، (٣) = متوسط ، (٢) = تحت المتوسط ، - = ضعيف .

___ سهولة المواصلات من مدينتي .

___ التسلية .

___ الجولات السياحية .

___ المطاعم .

___ التسوق .

___ الترفيه .

___ لطافة السكان .

___ تكاليف المعيشة .

___ الدرجة الكلية .

ما هي المنطقة التي تقترحها لاجتماع مقبل :

.....

ملاحظات :

.....

المقر : يجب تقييم المقر بشكل عام ، وتقييم غرف الاجتماعات ، وغرف النوم والطعام والخدمة ، والتسهيلات الأخرى . ويحتاج المخطط إلى بعض الإرشاد عند اختيار مقر في المستقبل للمشاركين في اجتماع معين . وترحب معظم إدارات المقر بالتقويم ، ويوجد لدى معظمها استبياناتها الخاصة بالتقويم ، وتحتوي قائمة اختيار الموقع في الفصل الخامس الكثير من هذه الأسئلة .

إن تقويم المقر يلقي الضوء على أمور مثيرة للاهتمام . فربما لانهتم مجموعة بوجود مسبح ، وربما أفادت مجموعة أخرى بأنها تتوقع مستوى أعلى من الخدمة .

وعند تقييم مقر فإنه يجب تقويم الأكل والشرب خلال جلسات الاجتماع وكذلك في صالات الطعام العامة . فربما خرج المخطط ببعض الاستنتاجات عن الرغبات كأن يكون معظم أعضاء المجموعة لا يحبون السمك ، أو أن أياً من أعضاء المجموعة لم يأكل في مطعم الفندق ، وهذه الاستنتاجات تؤثر مستقبلاً في اختيار المقر .

تقييم المقر باستخدام مقياس تقييم ترويجي من (١-٥) :

قيم المقر الذي عقد فيه الاجتماع ، حيث : (٥) = ممتاز ، و (٤) = جيد ، و (٣) = متوسط ، و (٢) = تحت المتوسط ، و (١) = ضعيف .

_____ الموقع

_____ توفر المواصلات .

_____ السعر .

_____ مستوى النظافة .

_____ المطاعم العامة .

_____ خدمة الأكل والشرب خلال الاجتماع .

_____ إجراءات استلام الغرف وتسليمها .

_____ الترفيه .

_____ مساحات العرض .

قاعات الاجتماعات :

- _____ الموقع .
- _____ الديكور .
- _____ توزيع المبنى .
- _____ راحة الاثاث .
- _____ مناسبة درجة الحرارة .
- _____ الصوت .
- _____ الإضاءة .

غرف النوم :

- _____ الديكور .
- _____ النظافة .
- _____ الأمن .

الخدمة :

- _____ الكفاءة .
- _____ الكتب الامامي .
- _____ العاملون باللبس الموحد .
- _____ مقدمو الطعام .
- _____ خدمات الغرف .
- _____ المتاجر والخدمات المكتبية المساعدة .
- _____ الدرجة الكلية .

ملاحظات :

□ **الاجتماع بشكل عام** : الخطوة التالية هي تقويم الاجتماع بشكل عام. وتشمل محتويات البرنامج وتنظيم إدارة الاجتماع . كما يلزم تحديد ما إذا كان قد تم تحقيق أهداف الاجتماع أم لا؟ وهل كان توقيت الاجتماع مناسباً؟ وهل سيحضر المشاركون اجتماعاً مشابهاً العام القادم أم لا؟ وماهي أكثر الجلسات قيمة ، وماهي أقلها ؟

قيم المبنى الذي عقد فيه الاجتماع ، حيث : (٥) = ممتاز ، و(٤) = جيد ، و(٣) = متوسط ، و(٢) - تحت المتوسط ، و (١) = ضعيف .

_____ تم تحديد وتحقيق أهداف الاجتماع.

_____ وقت عقد الاجتماع (من العام).

_____ طول الاجتماع .

_____ أيام الاسبوع .

_____ التكلفة .

_____ الموقع الجغرافي .

_____ المبنى .

_____ المواصلات .

_____ فائدته لى .

_____ الوقت المنقضى .

_____ الجلسات العامة .

_____ الجلسات الفرعية .

_____ المتحدثون بشكل عام .

_____ المعارض .

الطعام والشراب :

_____ الوجبات .

_____ استراحات القهوة .

_____ حفلات الاستقبال .

_____ نشاطات وقت الفراغ .

مواد التسويق :

_____ الإعلانات

_____ الدعايات .

_____ البريد المباشر .

_____ الظهور (الشكل) .

_____ التوقيت .

_____ التعامل مع التسجيل بالبريد .

_____ التعامل مع التسجيل بالموقع.

مواد الاجتماع :

_____ البرنامج .

_____ قوائم المشاركين .

_____ قوائم العارضين .

_____ بطاقات الاسماء .

_____ أخرى .

_____ خدمة مكتب المعلومات .

_____ الدرجة الكلية .

مقترحات للعام القادم :

.....

ملاحظات :

.....

□ **الجلسات :** كما ذكر سابقاً فإن من الممكن تقويم كل جلسة . وأفضل طريقة لعمل ذلك هي قيام رئيس الجلسة بتجميع التقييمات في نهاية الجلسة . وستساعد المعلومات الناتجة من هذا التقييم على اختيار المتحدثين والمواضيع للاجتماعات المقبلة .

تقويم الجلسة - باستخدام مقياس تقييم تدريجي من (١ - ٥) :

قيم المبني الذي عقد فيه الاجتماع ، حيث : (٥) = ممتاز ، و (٤) - جيد ، و (٣) = متوسط ، و (٢) = تحت المتوسط ، و (١) - ضعيف .

_____ تم تحديد الأهداف بوضوح

_____ تم تحقيق الأهداف .

_____ الموضوع مناسب لي .

_____ تقييم الوقت المتقضى .

_____ المتحدث (المتحدثون) .

_____ تنظيم المادة .

_____ التقديم .

_____ الوسائل البصرية والبصرية .

_____ الأوراق الموزعة .

_____ تفاعل الجمهور .

_____ الدرجة الكلية .

مفترحات لمواضيع الجلسات للاجتماع القادم

عند قيام المشاركين بتعبئة استبانات تقويم الاجتماع ، فإن باستطاعتهم كذلك أن يوفرُوا للمخطط نبذة عنهم . وتستخدم هذه النبذة في إصدار قرارات تخطيطية عديدة مثل توقيت الاجتماع ، ويمكن تصميم هذا النموذج ليتمكن للمشاركين تعبئته بأقل قدر من الكتابة ، لكي يتمكن الحاسبات الآلية من تجميع المعلومات منه . وتتيح الاستبانة

للمنظم كذلك جمع معلومات حول موضوعات معينة . فمثلاً قد يُسأل مدرب الطباعة "ما هو الكتاب الذي تستخدمه لتعليم مبادئ لوحة المفاتيح؟" وقد يُسأل أحد ملاك المازيراتي "آين تم شراء سيارتك؟ لذا استخدم الاسئلة المتعددة على الصفحة المبدئية .

لمحة عن المشارك :

عدد سكان المدينة التي تسكنها :

☐ أكثر من ١.٠٠٠.٠٠٠ ☐ ١٠٠.٠٠٠ - ١.٠٠٠.٠٠٠ ☐ ٥٠.٠٠٠ ☐ ٢٥.٠٠٠ أو أقل .

البعد عن مدينة الاجتماع :

☐ أقل من ١٠٠ ميل ☐ من ١٠٠ - ٢٠٠ ميل ☐ ٢٥ - ٦٠٠ ميل ☐ أكثر من ٦٠٠ ميل .

العمر :

☐ أقل من ٢٥ عاماً ☐ ٢٥ - ٣٥ ☐ ٣٥ - ٤٥ ☐ ٤٥ - ٥٥ ☐ أكبر من ٥٥ .

الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى

الوظيفة :

نوع العمل : ☐ صناعة ☐ توزيع ☐ خدمات ☐ حكومي .

متوسط الدخل :

☐ أقل من ٢٥.٠٠٠ دولار ☐ من ٢٥.٠٠٠ - ٣٥.٠٠٠ دولار ☐ من ٣٦.٠٠٠ - ٥٠.٠٠٠ دولار .

☐ أكثر من ٥٠.٠٠٠ دولار .

هل أحضرت معك مرافقاً ؟ ☐ نعم ☐ لا .

إذا كان الجواب نعم :

ما هو العمر والجنس ؟ : _____ العمر . ☐ ذكر ☐ أنثى .

طريقة البيع :

☐ أدفع بنفسى . ☐ يدفع لى من أعمل عنده . ☐ نعداً . ☐ يشيك شخصى ☐ بطاقة ائتمان .

المتابعة :

إن دور مخطط الاجتماع لا ينتهي باختمام الاجتماع ، فهناك العديد من نشاطات اللاحقة التي لا بد من القيام بها .

ففى مقر الاجتماع لا بد من إعطاء المنح . ولاحظ أنه تم إضافة هذه المنح ضمن ما تم شراؤه مثل الأكل والشرب . ويرجع الأمر للمخطط فى تقديم المنح من عدمه . ولكن لا بد من ملاحظة أنه فى حالة تقديم خدمة أكثر من المعتاد فلا بد من منح مكافأة تظهر ذلك .

ولا بد من مراجعة كشف الحساب الرئيسى من قبل المخطط يومياً خلال الاجتماع . وكذلك مراجعة تكاليف الغرف ، وعمل حصر نهائى لعدد الليالى المستخدمة . وإذا كان هناك عرض من إدارة المقر بتوفير أجنحة مجانية فيلزم التأكد من أن الإدارة لم تصف أجرتها إلى الفاتورة بطريق الخطأ .

ويجب جرد وشحن المواد لإعادتها إلى المكتب الرئيسى . ثم يجب إعادة جردها عند وصولها إلى المكتب مرة أخرى بعد الاجتماع .

وعند العودة للمكتب هناك عدة نشاطات متابعة تحتاج إلى تنفيذ . فيجب عمل إحصائيات عن عدد الحضور ، وعدد الوجبات التي قدمت ، وعدد الأشخاص الذين استخدموا المواصلات الأرضية . وكم بيع من التذاكر . ويلزم كذلك تحديث القائمة النهائية بأسماء المشاركين .

وإذا كان هناك نورات دراسية تعطى للمشاركين ، فيجب إرسال الشهادات لهم . وإذا كانت وقائع الاجتماع ستوزع على المشاركين فلا بد من التأكد من قائمة العناوين . ثم تحرير وطباعة وإرسال الوثائق الخاصة بوقائع الاجتماع .

كما يلزم إرسال خطابات شكر للعاملين فى المبنى وللمتعاقدين الخارجيين الذين قدموا المعون . أما الموظفون فى المستويات العليا فلا يمنحون مكافآت بل ترسل لهم رسائل شكر ، ويقدم توصيات لمديريهم .

ويجب على مخطط الاجتماع أن يجتمع مع الإدارة الراعية للاجتماع لتقديم توصيات وتقييمات شخصية . يجب عليه كتابة جميع المقترحات للاجتماع القادم .

أيضاً يلزم دفع مصاريف السفر للعاملين والمقدمين الذين لا يطلبون أجراً . ولا بد من دفع فواتير المتعاقدين . ويلزم كذلك إعداد الفاتورة النهائية للمبنى ثم إرسال المبلغ المطلوب . وبعد دفع جميع الفواتير لابد من إعداد وتقديم تيريزات البيان الدخل أو المصاريف مع الميزانية .

ويمكن لمخطط الاجتماع أن يشعر بالرضا عند إكمال آخر نشاطات المتابعة . وبذكر القرارات العديدة التي تم القيام بها والتفاصيل الدقيقة التي تمت مراعاتها ، يشعر المخطط بالإنجاز الذي تم تحقيقه . فلغز التركيب تم تجميعه قطعة قطعة ، فشكلت القطع العديدة صورة متكاملة وتم بذلك عقد اجتماع ناجح .

ملحق

الميزانية

من أوائل الأسئلة التي يجب أن يجيب عنها مخطط الاجتماعات هي ماهي ميزانية الاجتماع؟ إن الميزانية عبارة عن تقدير للتكاليف ، فكيف سيتم توفيرها؟

في البداية يقوم المخطط بتحديد من سيقوم بدفع تكاليف الاجتماع ، وفي كثير من اجتماعات الشركات واجتماعات التحفيز يقوم راعي الاجتماع بدفع التكاليف . وعندما يتوقع أن يدفع الأفراد تكاليف مواصلاتهم وسكناتهم ورسم التسجيل ، فإن على مخطط الاجتماع أن يعمل على أن تكون تكاليف الاجتماع مناسبة . وترتبط رسوم التسجيل تحديداً بالتكاليف الإجمالية للاجتماع.

وتبنى توقعات الميزانية على سجلات المصاريف في الماضي . وفي حالة عدم وجود عقد مماثل في السابق ، فإن مخطط الاجتماع ومدير المنظمة ربما يقومان بإعداد ميزانية بعد قيامهم ببحث حول تكاليف عناصر برنامج الاجتماع ، مثل : مكافآت المتحدثين ، والسكن ، والسفر ، والأكل والشرب .

إن الهدف من وضع الميزانية هو تسهيل عملية دفع التكاليف بدقة وعدم تخلي الميزانية المعتمدة للاجتماع . ولا بد أن يأخذ المخطط في الحسبان التضخم وخصوصاً عندما يتم وضع ميزانية وترتيب لاجتماع سيعقد بعد عامين أو ثلاثة . إن تغيير موقع الاجتماع أو برنامجه وسياسات التسجيل قد تكون مكلفة.

إن دفع مبلغ (٤٠٠٠) دولار إضافي من الممكن أن يدمر ميزانية . واستخدام ثلاث قاعات فرعية بدلاً من قاعة واحدة كاملة يكلف أكثر . كما أن للمشاركين المحليين بحضور الجلسات بون دفع رسوم قد يتسبب في شغل أماكن من الممكن بيعها .

وإذا لم يكن هناك سابق تجربة مع اجتماع مماثل لعمل توقعات لميزانية الاجتماع ، ثم أعطت الإدارة للمخطط المبلغ الذي خصصته للصرف على الاجتماع ، أو في حالة الطلب من المخطط وضع ميزانية ، فإنه يجب الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما هي أهداف الاجتماع؟

يناقش الفصل الثالث من هذا الكتاب أهداف الاجتماع ، مثل : التعليم ، والأعمال الداخلية ، والتحفيز ، والإمتاع . ولا تمانع بعض الشركات دفع التكاليف في سبيل تحقيق هذه الأهداف . ولكن إذا كان هدف الاجتماع هو تحقيق دخل ، فيجب أن يتم

التعامل مع الميزانية من مبدأ تخفيض التكاليف قدر الإمكان ، وتحديد رسوم التسجيل ورسوم البرنامج ، لا لتغطي التكاليف فحسب وإنما لتحقيق دخل كذلك .

– كم عدد الأشخاص المتوقع حضورهم؟

كما هو الحال في الشراء بكميات ، فإن عقد اجتماع لعدد (٢٠٠) شخص هو أقل تكلفة للشخص الواحد من عقد اجتماع لعدد (٢٠) شخصاً . وتكلفة القاعة التي تسع (٢٠) شخصاً تكون أعلى بالنسبة للشخص الواحد من القاعة التي تسع (٢٠٠) شخص . وتحسب كثير من إدارات المباني التكلفة على أساس العدد ، فإذا كان يتوقع حضور (٢٠٠) شخص للاجتماع ، فإن إدارة المبنى ستحسب على أساس حجز وحساب التكلفة على عدة مئات من الغرف مع توفير (٢٠٠) وجبة ، ولهذا فربما خفضت تكاليف قاعات النشاطات .

– أين مكان عقد الاجتماع ؟

كما تمت الإشارة في الفصل الرابع فإن بعض المدن أعلى تكلفة من مدن أخرى . وبعض المباني أغلى من بعض المباني . وتختلف تسعيرة الغرف من مبنى إلى آخر ، كما تؤثر عوامل أخرى على التكلفة كالوقت من السنة الذي سيعقد فيه الاجتماع ، وتكلفة المواصلات إلى مكان عقد الاجتماع .

– من يدفع : الأشخاص أم المنظمة ؟

إذا كانت المنظمة التي نظمت الاجتماع هي التي ستدفع التكاليف ، فإن حساب الميزانية يكون أسهل ، فيكون لدى مخطط الاجتماع ميزانية محددة سلفاً ولن يحتاج إلى متابعة دفع المشاركين للرسوم ، والإدارة هي التي تحدد تكاليف الاجتماع . أما في حالة كون المشاركين هم الذين يدفعون تكاليف المشاركة في الاجتماع ، فسيكون هناك تأثير كبير لعناصر مجهولة مثل عدد المشاركين .

– كم شخصاً سيتولى راعي الاجتماع دفع تكاليف مواصلاتهم ، وإقامتهم ، ورسوم تسجيلهم ؟

وهذا يعد أقل أهمية بالنسبة لاجتماع التحفيز ، حيث تكون كل مصاريف المشاركين مدفوعة من قبل المنظمة ، أما عندما يدفع المشاركون رسوم التسجيل ،

وتكاليف المتحدثين والموظفين ، فإن ذلك يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار . إن اجتماعاً يحضره (٧٠) متحدثاً ويتم دفع جميع تكاليفه سيكون اجتماعاً مرتفع التكلفة .

- ما هي مكونات البرنامج؟

إن خدمات الأكل والشرب ، ومصاريف المتحدثين ، والترفيه ، والمتطلبات من الأجهزة السمعية والبصرية ، والجلسات التي تعقد بعيداً عن مقر الاجتماع ، ومصاريف الضيافة ، كلها تزيد في تكلفة الاجتماع . ولكن بعض هذه التكاليف من الممكن التحكم فيه بسهولة . فباستطاعة المخطط الحصول على ممول لتكاليف أجنحة الضيافة ، ومن الممكن أن يخفض الممول المبلغ الذي يطلبه ، ومن الممكن كذلك استعارة بعض الأجهزة السمعية والبصرية بدلاً من استئجارها .

وكما هو الحال مع أية ميزانية ، فهناك مصاريف ثابتة وأخرى متغيرة . وإذا لم يمكن معرفة عدد المشاركين فإن جميع التكاليف ستكون متغيرة : وذلك لأنها محسوبة على أساس العدد المتوقع للمشاركين . وعلى سبيل المثال ، فإن تكلفة الوجبة الواحدة للشخص محددة ، ولكن ميزانية الأكل والشرب ستكون غير دقيقة .

تمرين على مثال لميزانية :

توضح المسألة التالية كيفية إعداد ميزانية اجتماع . فمثلاً يتم التخطيط لاجتماع وطني يستمر ثلاثة أيام وليلتين . ومن الاجتماعات السابقة يقدر عدد الأشخاص الذين سيحضر الاجتماع بـ (٢٠٠) شخص : والهدف من الاجتماع هو التعليم والاتصال ، ولا يتوقع أن يحقق الاجتماع دخلاً . وسيقوم المشاركون بدفع مصاريف مواصلاتهم وسكناتهم ورسوم التسجيل . وسيتم تقديم الغداء في الأيام الثلاثة ، كما سيتم تقديم وجبة وحفل استقبال في إحدى الليالي . وقد تم تنظيم جولة مشاهدة (رؤية معالم) مدتها أربع ساعات . وسيتم كذلك إقامة عدة معارض صغيرة في منطقة التسجيل . وهناك أربعة متحدثين وأربعة موظفين سيتم دفع مصاريفهم .

متوسط تكلفة السفر بالطائرة	$230 \times 9 =$	٢٠٦٥ دولاراً
تكاليف المواصلات من المطار	$20 \times 9 =$	٢٢٥ دولاراً

المجموع ٢٢٤٠ دولاراً تكاليف مواصلات المتحدثين والموظفين

إعداد بيان المصاريف :

- **المواصلات :** اذكر اسم مدينتين بعيدتين جداً عن المدينة التي سيعقد فيها الاجتماع ، واثنين تبعدان عنها ما يقارب (٢٠٠) ميل ، واسأل وكيل سفريات او شركة طيران عن تقديراتهم لتكلفة تذكرة السفر جواً من هذه المدن ، وقرر هل سيتم شراء تذكرة قابلة للاسترجاع أم تذكر لا يمكن استرجاع قيمتها؟ (ارجع للفصل ١٢) . اجمع أسعار التذاكر واقسم الناتج على (٤) لتحصل على التكلفة المتوقعة لمواصلات الشخص الواحد . ولأغراض الميزانية افترض أن هذا الرقم هو (٢٢٥) دولاراً ، وأضف إلى ذلك تكلفة المواصلات من المطار إلى الفندق ، ثم اضرب المجموع في عدد الأشخاص الذين سيقومون بدفع مصاريف مواصلاتهم . (يمكن استخدام أرقام أكثر دقة عند إضافة تكاليف مواصلات الحاضرين والموظفين لأنه يمكن معرفة أماكن هؤلاء الأشخاص بالنسبة لموقع الاجتماع) .

- **الإقامة :** افترض أن الفندق سيكلف (٧٥) دولاراً لليلة زائداً (٨.٢٤) دولاراً قيمة ضرائب (إلا في حالة كون المنظمة معفاة من الضرائب)

$$\text{الإقامة لليلتين} = 9 \times 75 = 675 \text{ دولاراً}$$

- **رسوم التسجيل :** في العادة لا تحسب هذه الرسوم على المتحدثين والموظفين ، ولكن يجب حسابها مع المصاريف : لأنها تغطي أشياء مثل الأكل والمواد . وفي هذا الوقت يجب ترك مكان هذه التكلفة فارغاً ، ويمكن إضافتها عند احتساب رسوم التسجيل الأولى . اجمع كل الرسوم واقسمها على (٢٠٠) ، وافترض أن هذا الرقم كان (٣.٠٠) دولار .

$$\text{التسجيل} = 9 \times 3.00 = 27.00 \text{ دولار}$$

- **إيجار قاعات النشاطات :** ارجع إلى الفصل الخامس الذي يشرح التكاليف البتيرة لإيجارات قاعات النشاطات . وافترض أنه سيتم استئجار الغرف لمدة (٢٥٠) ليلة ، وأن العقد مع إدارة المبنى يحدد إيجار غرف الاجتماعات بمبلغ (٥٠٠٠) دولار .

$$\text{إيجار قاعات الاجتماعات} = 5000 \text{ دولار}$$

إيجار الأجهزة السمعية والبصرية : افترض أن تكلفة إيجار هذه الأجهزة هي (٢٥٠٠) دولار.

إيجار الأجهزة السمعية والبصرية ٢٥٠٠ دولار

مصاريف المتحدثين . منحدث واحد (١٠٠٠) دولاراً كمكافأة شرفية

مصاريف المتحدث ١٠٠٠ دولار

هدايا للمنحدث : (٥) لوحات وأوسمة تذكارية تكلفة الواحدة (٤٥) دولاراً ولوحة

تذكارية قيمتها (٦٠) دولاراً مضافاً إليها (١٤.٢٥) دولاراً ضرائب

الهدايا والأوسمة ٢٩٩ دولاراً

- الأكل والمشروبات : توقع أنه سيحضر لتناول الغداء (٢٠٠) شخص كل يوم وأن

(١٧٥) شخصاً سيحضر حفل ووجبة الاستقبال . إن تكلفة المشروبات في حفل

الاستقبال هي ثلاثة دولارات للشخص الواحد . واحسب مشروبين لكل شخص .

الغداء ٥٠١٩٪ ضريبة + ١٨٪ خدمة =

١٢٠٠٠ = ٢٢ × ٣ × ٢٠٠

وجبة الاستقبال ٤٥ + ١٠ ضريبة وخدمة =

٩٦٢٥ = ١٧٥ × ٥٥

الاستقبال ١٧٥ × ٢ × ٢ زائداً ٢٢٪ ضريبة وخدمة = ١٢٩٢

المقبلات ٦٠٠ + ١٢٨ ضريبة وخدمة = ٧٢٨

مجموع تكاليف الأكل والشرب ٢٥٤٥٥ دولاراً

- نشاطات وقت الفراغ/المواصلات : إيجار الحافلة هو (٢٥٠) دولاراً لكل ساعة ،

وهناك رسم دخول للمتحف .

الحافلات ٢٥٠ × ٤ ساعات × ٤ حافلات = ٤٠٠٠

المتحف ٥٠٠ (للشخص) × ١٧٥ = ٩٦٢

مجموع تكاليف نشاطات وقت الفراغ والمواصلات ٤٩٦٢ دولاراً

– الموظفون والمصاريف المكتبية : يقوم المخطط وموظف واحد بالإعداد لأربعة اجتماعات في العام الواحد .

١١٢٥٣	ربيع الراتب والبدلات
٢٠٠٠	ربيع الإيجار ومصاريف المرافق
	العمل الإضافي خلال الاجتماع ٣ أشخاص × ٤ ساعات × ٣ أيام
	(بدل العمل الإضافي ١٦,٥٠ دولار لكل ساعة)
	٣٦ ساعة × ١٦,٥٠ = ٥٩٤
٩١	زائد ٢,٥٣ بدلات لكل ساعة
٥٠٠	جولة مخطط الاجتماع التفقدية
٣٣٣	إقامة الموظفين قبل الاجتماع : (٨٣,٧٥) دولاراً في الليلة × ٤ ليالٍ = ٣٣٣

١٥٧٧١ مجموع الموظفين والمصاريف المكتبية

– التسويق : يجب على المخطط تضمين تكاليف التسويق في الميزانية .

٢٠٠	تصميم الأدلة
١٥٠	طباعة الأدلة (١٠٠٠ نسخة على وجهين . وحبر بلون واحد وورق)
٢٥٠	تكاليف إرسالها بالبريد
١٠٠	مصاريف بريد أخرى
٤٥٠	إعلان في مجلة متخصصة
١٠٠	أنياء صحفية ومصاريف بريدية

١٢٥٠ مجموع مصاريف التسويق

المواد : يجب أن يضيف المخطط تكلفة مواد الاجتماع إلى الميزانية .

٣٥٠	برنامج من ٨ صفحات (تصميم وطباعة)
١٥٠	بطاقات أسماء المشاركين وحاملاتها
١٠٠	مصاريف تذاكر وقت الفراغ

١٨٩	اللوحات (٣ لوحات × ٦٠ دولاراً + الضرائب)
٢٦٢	قائمة أسماء المشاركين المكونة من ١٢ صفحة
٢٩٢	الزهور
<hr/>	
١٣٤٥	مجموع تكاليف المواد
١٠٠٠	متفرقات : منع ، تأمين ، مصاريف عرضية أخرى .
<hr/>	
٦٧٠٢٢	المجموع الكلي
دولاراً	

(إذا كان الاجتماع سيعقد كل (١٢) شهراً ، فإنه يجب احتساب (٥٪) كل سنة بدل تضخم ، وإضافة ذلك إلى هذه التقديرات) .

اقسم (٦٧.٢٢) على (٢٠٠) وهو عدد المشاركين المتوقع حضورهم وذلك للوصول إلى مبلغ (٢٣٦) دولاراً كتكلفة مصاريف الشخص الواحد .
والآن انظر إلى الدخل من مصادر أخرى غير رسوم التسجيل .

بيان الدخل :

$$\begin{array}{rcl} \text{العارضون} & = & 4 \times 500 \\ 2000 & & \\ \text{داعى لوجبة غداء واحدة} & & 4600 \end{array}$$

الربح من الحساب في البنك : نظراً لأن كثيراً من الفواتير لن يحين وقتها إلا بعد انتهاء الاجتماع ، فيمكن وضع رسوم التسجيل في حساب استثماري بنسبة

$$(5\%) \text{ على مبلغ يقارب } (30000) \text{ دولار لمدة ستة أشهر } 750$$

$$\text{الدخل من الإعلانات في البرنامج (٥ إعلانات} \times 175) = 875$$

$$\text{التسجيل : (١٠) ليوم واحد بمبلغ (١٠٠) دولار لكل منهم } = 1000$$

$$\begin{array}{rcl} \text{المجموع} & & 9225 \end{array}$$

حساب رسوم التسجيل والدخل الكلى ، ا طرح الدخل (٩٢٢٥) من المصاريف (٦٧٠٢٢) للوصول إلى مبلغ (٥٧٧٩٧) اقسّم المجموع على عدد المشاركين المتوقعين (٢٠٠) لتحصل على رسم التسجيل وهو (٢٨٩) دولاراً ، حدد رسوم التسجيل بـ (٢٩٥) دولاراً لمن ترد نماذج التسجيل منهم قبل ستة أسابيع من الاجتماع ، ومبلغ (٢٤٥) دولاراً لما بعد ذلك ، (تذكر أن رسوم التسجيل المتقدمة تحصل على عائد بنكى).

والآن يمكن تحديد الدخل الكلى :

متفرقات	٩٢٢٥
١٥٥ طلب تسجيل $\times ٢٩٥ =$	٤٥٧٢٥
٤٥ طلب تسجيل $\times ٢٤٥ =$	١٥٥٢٥
مجموع الدخل	٧٠٤٧٥

يبلغ الفرق بين المصاريف والدخل المتوقع (٣٤٥٢) دولاراً وهذا يقرب من (٥٪) ويمثل فرقاً متوقعاً مسموحاً به .

مراقبة الميزانية :

يجب مراجعة الميزانية كل شهر على الأقل ، ويجب مراجعتها كل أسبوع في الأشهر الثلاثة التي تسبق الاجتماع .

ويمكن إجراء العمليات الحسابية بطريقة النقد أو بطريقة الزيادة ، فبطريقة النقد يتم شطب المبالغ عندما تدفع أو تضاف عندما تستلم ، وبطريقة الزيادة يصبح الدخل محسوباً عند حلول وقته ، وتخضم المصاريف عندما يحين وقتها ، مع أن المال لم يستلم أو لم يرسل .

وربما تدعو الحاجة إلى استخدام دفتر الأستاذ الخاص بالحساب الدائن عند إصدار أوامر الشراء ، أو الدفع الجزئى ، أو عمل دفعة على الحساب . وإذا كان هناك

تاريخ يرتفع فيه رسم التسجيل ، فيجب إرسال فواتير للأشخاص الذين يتخلفون عن الموعد المحدد .

ويلزم إرسال خطاب يطلب فيه الموافقة على التعامل على الحساب، للحصول على موافقة إدارة المقر على أن يتم دفع المصاريف. وفي حالة رفض إدارة المقر ذلك فإنها ستطلب تقديم مبلغ كمقدم ، وعادة ما يطلب إرسال المبلغ الذي يتوقع صرفه كاملاً ، فالوجبة التي تم تقديمها لا يمكن استرجاعها، وكذلك وقت قاعة الاجتماعات الذي استخدم .

ويجب على مخطط الاجتماع مراجعة الحساب الرئيسي فندق يومياً. ويظهر هذا الحساب الرئيسي تكاليف غرف الضيوف ورسوم التغذية. ويمكن إضافة تكاليف قاعات النشاطات وتكاليف الأجهزة السمعية والبصرية إلى حساب الفندق الرئيسي يومياً، ولكنها في العادة لا تضاف إلا في اليوم الأخير.

سيقوم المتحدثون والموظفون الذين تم تغطية مصاريفهم بإرسال طلبات تعويض، ويجب ترك حساب الشيكات مفتوحاً لمدة أشهر بعد الاجتماع لصرف هذه المبالغ.

وعندما يظهر الحساب الختامي أن مجموع تكلفة الاجتماع كانت (٦٩٥٠٠) دولار ، رغم أن التكلفة قدرت من قبل المخطط عند التخطيط للاجتماع بـ (٧٠٠٠٠) دولار ، فإن ذلك يعطى للمخطط شعوراً عظيماً بالإنجاز. إن دقة الميزانية والاحتفاظ بسجلات محكمة هي جزء هام من مسؤوليات مخطط الاجتماع . وهي تفرق بين الهاوى والمحترف .

المترجم في سطور :

- إبراهيم بن علي بن سليمان البدهاج .
- .. من مواليد ١٢٧٥هـ في بريدة .

**** المؤهل العلمي :**

- دكتوراه من جامعة ميزوري بالولايات المتحدة الأمريكية في الإدارة المكتبية عام ١٤٠٧هـ .

**** الوظيفة الحالية :**

- مدير برامج القطاع الأعلى .

**** الأنشطة العلمية :**

- مشارك في إعداد الاستشارات .
- إعداد الحقائق .
- ترجمة كتاب ترويض النمر الورقي .

المترجم في مطور :

- عبدالله بن إبراهيم محمد العمار .
- من مواليد ١٣٧٤هـ في الرياض .

**** المؤهل العلمي :**

- دكتوراه من جامعة ميزوري ، تعليم تجارى ، بالولايات المتحدة عام ١٩٨٨م .

**** الوظيفة الحالية :**

- مدير الأبحاث والتعليم مدينة سلطان بن عبدالعزيز للخدمات الإنسانية .

**** الأنشطة العلمية :**

- ترجمة كتاب القيادة الموقفية .
- إعداد كتاب عن السكرتارية .
- إعداد بحث عن الاتصالات الإدارية في المملكة مع زميلين .
- إعداد العديد من الدراسات الاستشارية التنظيمية والإجرائية .

مراجع الترجمة في مظهر :

فضل الله على فضل الله .

- من مواليد ١٩٤٩م في أم بادر السودان .

** المؤهل العلمي :

دكتوراه من جامعة جنوب كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية في الإدارة العامة ،
عام ١٩٧٨م .

** الوظيفة الحالية :

- أستاذ بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب .

** الأنشطة العلمية :

- تدريس .

.. تدريب .

إشراف علمي على الرسائل العلمية .

- أبحاث .

.. استشارات .

مراجع الترجمة في سطور :

عبدالله موسى سليمان الخلف .

- من مواليد ١٣٨١هـ بالجوف .

** المؤهل العلمي :

- دكتوراه من جامعة بتسبرج بالولايات المتحدة الأمريكية في الإدارة العامة
عام ١٤١٥هـ .

** الوظيفة الحالية :

- أستاذ مساعد .

** الأنشطة العلمية :

- تطور الإدارة العامة في المملكة العربية السعودية خلال مائة عام (١٣١٩-١٤١٩هـ /
١٩٠٢-١٩٩٩م) ويور معهد الإدارة العامة في تميمتها (بمشاركة : د. محمد ناصر
الببشي) ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ١٤١٩هـ .

- التطور الكمي والنوعي للأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية : لغة الحقائق
والأرقام - ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المملكة العربية السعودية في مائة عام ، الرياض ،
المملكة العربية السعودية ٧-١١/١٠/١٤١٩هـ - (٢٤-٢٨ / ١/ ١٩٩٩م) .

- ثالث التميز : تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية - الإدارة العامة ،
معهد الإدارة العامة ، الرياض ، المجلد (٣٧) ، العدد الأول ، محرم ١٤١٨هـ / مايو

- مدى وفرص التعاون بين الأجهزة الحكومية والجمهور لتحسين جودة الخدمات وتبسيط الإجراءات (بمشاركة : أ. ناصر عبدالله الزمامي) ، بحث ميداني لنقوة تبسيط الإجراءات وتحسين جودة الخدمات في الأجهزة الحكومية ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ١٤/١١/١٤١٧ هـ .
- أثر التناقص بين رؤية المديرين والعاملين على تطبيق الجودة ، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المنظمة الإسترالية للجودة ، بريزبان ، إستراليا ، ١١-١٤ / ١٠ / ١٩٩٨ م .
- محرر مشارك ، الموسوعة الدولية للسياسات العامة والإدارة ، تحرير جى شافرنز (ويست بريس ، بولدر ، كولورادو ، ١٩٩٧م) .
- «معوقات التطبيق الناجح لإدارة الجودة الشاملة» ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي السابع للجودة الشاملة ، نيودلهي ، الهند ١٦-١٩ / ٢ / ١٩٩٧ م .
- «دور مشاركة العاملين في نجاح تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المدن الأمريكية الصغيرة» ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الثالث للمعهد الدولي للعلوم الإدارية ، بكين الصين ، ٨-١١ / ١٠ / ١٩٩٦ م .
- الحلقة المفقودة : كيف تساهم إدارة الجودة الشاملة في معالجة مشكلات القطاع الحكومي ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الثالث والعشرين للمعهد الدولي للعلوم الإدارية ، دبي ، الإمارات العربية المتحدة ١-٥ / ٧ / ١٩٩٥ م .

حقوق الطبع والنشر محفوظة لمعهد الإدارة العامة ،
ولا يجوز اقتباس جزء من هذا الكتاب أو إعادة
طبعه بأية صورة دون موافقة كتابية من المعهد إلا
فى حالات الاقتباس القصير بغرض النقد والتحليل ،
مع وجوب ذكر المصدر .



تم التصميم والإخراج الفنى والطباعة فى
الإدارة العامة للطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة - ١٤٢٠هـ

هذا الكتاب

- إن نشاط الاجتماعات نشاط مشوق ، ورغم أن إدارة الاجتماع عمل شاق ، فإنه ذو مردود ، فالنتائج فيه واضحة وملموسة وقابلة للقياس .
- وهنا تكمن أهمية هذا الكتاب (دليل التخطيط للاجتماع الناجح) الذي يتناول فيه مؤلفه معلومات وتعليمات وأمثلة مهمة ، تثل أسس التخطيط الناجح للاجتماعات باختلاف أنواعها ، ومن ثم فهو بهم الطلاب والمحترفين والمتخصصين وأرباب العمل .
- إن هذا الكتاب يمكنك من حل لغز تخطيط اجتماعك القادم ، بسرعة وفاعلية وميزه من الثقة ، ويتميز هذا الكتاب بما يلي :
- يبحث المهارات والصفات الشخصية التي تغلب على مخططي الاجتماعات الناجحين .
 - يتناول أسباب الاجتماعات وأنواعها .
 - يغطي الخطوات التي يقوم بها منظم الاجتماع وما يتعلق به من نشاطات .
 - يضع المعايير الهامة لاختيار المكان المناسب للاجتماع .
 - يبحث تسويق الاجتماع ، وكيفية معالجة مواد الاجتماع .
 - يتناول إدارة الحجز والتسجيل وتنظيم الجلسات .
 - يناقش وسائل الانتقال من وإلى الاجتماع ، وسائر الأنشطة التي تتم أثناء الاستراحة .
 - يحوى العديد من التمارين والتطبيقات التي تعين على تفهم الأهداف التعليمية للاجتماعات .

السعر ٣٠ ريالاً

ردمك : x - ٥٨ - ١٤ - ٩٩٦٠

تم التصميم والإخراج الفني والطباعة في
الإدارة العامة للطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة - ١٤٢٠هـ